

Treball de fi de grau

Títol

Els elements que componen el reportatge multimèdia. Estudi de cas

Autor/a

Judit Curós i Àvalos

Tutor/a

José Luis Terrón i Blanco

Grau

Periodisme

Data

1 de juny del 2018

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau: Els elements que componen el reportatge multimèdia. Estudi de cas

Autor/a: Judit Curós i Àvalos

Tutor/a: José Luis Terrón i Blanco

Any: 2017-2018

Titulació: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: reportatge, multimèdia, usabilitat, interactivitat, multiplataforma, digital

Castellà: reportaje, multimedia, usabilidad, interactividad, multiplataforma, digital

Anglès: report, multimedia, usability, interactivity, multiplatform, digital

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: El present treball vol indagar en el reportatge multimèdia entès com un gènere comunicatiu que es desenvolupa a Internet. L'objectiu principal és conèixer les característiques que conformen un reportatge multimèdia, així com entendre l'evolució de l'univers digital i l'adaptació d'aquest gènere als diferents mitjans de comunicació en l'àmbit nacional. Aquesta recerca es fonamenta en el disseny qualitatiu, a través d'una revisió bibliogràfica, i en l'anàlisi descriptiu i comparatiu de 9 reportatges multimèdia espanyols. A través d'aquesta, s'arriba a la conclusió que en els reportatges multimèdia espanyols es dóna molta importància al text i els altres elements tenen una funció més estètica.

Castellà: El presente trabajo quiere indagar en el reportaje multimedia entendido como un género comunicativo que se desarrolla en Internet. El objetivo principal es conocer las características que conforman un reportaje multimedia, así como entender la evolución del universo digital y la adaptación de este género a los diferentes medios de comunicación en el ámbito nacional. Esta investigación se fundamenta en el diseño cualitativo, a través de una revisión bibliográfica, y en el análisis descriptivo y comparativo de 9 reportajes multimedia españoles. A través de esta, se llega a la conclusión de que en los reportajes multimedia españoles se da mucha importancia al texto y los demás elementos tienen una función más estética.

Anglès: This projects wants to investigate in the multimedia report understood as a communicative genre that is developed on the Internet. The main objective is to know the characteristics that make up a multimedia report as well as to understand the evolution of the digital universe and the adaptation of this genre to the different national media. This research is based on qualitative design through a bibliographic review and on the descriptive and comparative analysis of 9 Spanish multimedia reports. Through this research, it is concluded that in the Spanish multimedia reports, the text is very important and the other elements have a more aesthetic function.

Índex

1. Introducció	2
2. Antecedents	6
2.1. L'origen dels gèneres periodístics	6
2.2. Tipus de gèneres periodístics	10
2.3. El naixement del reportatge	14
2.4. Definició de reportatge	18
2.5. Característiques del reportatge	19
2.6. El sorgiment del reportatge multimèdia	20
2.7. Característiques del reportatge multimèdia	23
2.8. Transmedialitat	25
2.9. Tipus de reportatges multimèdia	27
2.10. Pautes per elaborar un reportatge multimèdia	29
3. Objecte d'estudi	31
3.1. Objectius	31
3.1.1. Objectius generals	31
3.1.2. Objectius específics	31
3.2. Preguntes d'investigació	32
3.3. Mostra	32
3.4. Metodologia	33
3.5. Criteris	34
3.6. Limitacions	35
4. Anàlisis de reportatges multimèdia	37
4.1. La nueva Alhóndiga	37
4.2. Formula 1	43
4.3. El bombardeo de Gernika	48
4.4. Consulta, atur, espionatge	53
4.5. 25 años de la caída del Muro de Berlín	58
4.6. No saben que estoy viva	63
4.7. Mi sexo sentido	67
4.8. 37 edificios para soñar	73
4.9. Carretera fantasma	77
5. Resultats	81
6. Conclusions	84
7. Bibliografia	87
8. Annex	90

1. Introducció

L'arribada de la digitalització i la implementació de les noves tecnologies digitals han provocat una transformació i una conversió en els mitjans de comunicació que ha permès augmentar les possibilitats comunicatives. La premsa escrita, la ràdio i la televisió ja no són els únics mitjans consumits. Gràcies a les noves tecnologies, han aparegut noves maneres de consumir informació, algunes de les quals han sorgit de la convergència d'aquests mitjans tradicionals. Aquest canvi en els mitjans de comunicació és el que Roger Fiddler anomena mediamorfosi i que defineix com el canvi produït en els mitjans de comunicació a causa d'un avanç tecnològic i unes demandes socials noves: "Els nous mitjans apareixen gradualment per la metamorfosi dels mitjans antics, són una remediació d'aquests. Quan emergeixen noves formes de mitjans de comunicació, les formes antigues generalment no moren, sinó que continuen evolucionant i adaptant-se" (Fiddler, 1998:57). D'aquesta manera, aquests nous mitjans vénen a ser una reconfiguració dels antics mitjans.

És per això que s'ha escollit indagar en els reportatges multimèdia. El fet que sigui una pràctica relativament nova és una de les raons que fa que encara sigui poc coneguda i poc posada en pràctica. Tot i que cada vegada són més els mitjans que opten per realitzar reportatges multimèdia, la complexitat que comporten fan que encara estiguin poc presents en els mitjans espanyols. Les possibilitats que ofereix aquest tipus de reportatge són moltes i, una de les més importants és que dona gran protagonisme a l'usuari, que amb l'arribada de la digitalització cada vegada té un paper més important. Tot i això, no sempre s'espremen al màxim aquestes oportunitats. Estem no només davant un canvi tecnològic, sinó també social on el consumidor ja no és un simple receptor d'informació sinó que adquireix un paper interactiu i participa activament en els continguts, ja sigui creant-los, consumint-los o distribuint-los. Es tracta d'un consumidor que vol formar part del procés informatiu i que sent la necessitat de moure's lliurement pels continguts escollint què, com i quan ho vol consumir.

L'essència d'aquesta digitalització no rau en el canvi de suport i de format de la informació sinó en què els "new media" permeten a l'usuari una experiència caracteritzada pel seu caràcter no lineal, obert, flexible, interactiu i per la profundització i una major llibertat en l'elecció dels continguts, atraient l'usuari a un model més lliure. El lector pot jugar amb narratives transmèdia i es troba amb peces informatives amb continguts multimèdia, així com també compta amb major llibertat per escollir allò que l'interessa. Aquest és el cas de la premsa tradicional en suport paper que amb l'arribada de l'anomenada

era digital ha evolucionat oferint major interactivitat, immediatesa i un tractament de continguts més específic i especialitzat.

Així és com neix el diari digital, un mitjà de comunicació que utilitza Internet per difondre informació i que requereix l'ús de dispositius informàtics com ordinadors, tauletes i mòbils, per fer-ne ús. Una remediació del diari tradicional que permet a l'usuari navegar amb una major llibertat pels diaris, sense límits d'espai i temps, i que “puede ofrecer a sus lectores un menú de contenidos de actualidad con diferentes ritmos de difusión (lo que llamamos *actualidad múltiple*), puede integrar distintas morfologías de información (texto, imagen y sonido), admite ciertas posibilidades de personalización y permite ofrecer distintas modalidades interactivas de selección y de comunicación” (Rost, 2006:9).

Aquesta digitalització i l'aparició d'aquests nous mitjans ha permès, també, que els gèneres informatius tradicionals evolucionin. Un exemple n'és el reportatge multimèdia a Internet que neix amb l'objectiu d'aprofitar tots aquests recursos comunicatius que ofereix la plataforma. El trajecte que ha patit aquest gènere és llarg: des del suport en paper a la ràdio i a la televisió i, ara, a Internet. L'adaptació del reportatge al suport digital ha permès una major interactivitat i la creació de portals multiplataforma on conviuen text, imatges, infografies i so, on l'usuari té l'oportunitat d'experimentar la narració de la història a través de diferents formats i això li permet una profundització en el contingut.

El periodisme en format digital porta poc més d'una dècada als mitjans comunicatius, però ha aconseguit fer-se un lloc i consolidar-se com un mitjà de referència en el panorama informatiu fent ombra a la premsa escrita en paper, fins llavors un del mitjà més consumit pels usuaris. Un model d'informació que cada vegada més mitjans adopten i que cada vegada són més consumits, gràcies també, al fet que aquest consum es pot fer des de qualsevol lloc, en qualsevol moment i amb qualsevol dispositiu. Un altre dels èxits del reportatge multimèdia rau en el ventall de possibilitats que aquest ofereix. Tal com s'ha explicat anteriorment, aquest combina text, amb vídeos, imatges i gràfics i això permet als periodistes crear-lo a través de molts formats diferents, però també li permet a l'usuari escollir la ruta que farà per llegir-lo.

Tot i així, aquest procés és complex i demana un coneixement mínim per part de l'usuari sobre l'ús de les noves tecnologies. Així mateix, el desenvolupament d'aquests continguts també demana la implementació d'una narrativa audiovisual que s'adapti al format

(Casado, 2011:104). Això, per una part provoca que l'elaboració d'un reportatge multimèdia demani temps i sigui econòmicament menys viable i, d'altra banda, que en algunes ocasions l'usuari es perdi mentre navega per la pàgina degut a la complexitat del format i la multiplicitat de pàgines que conté.

Els grans pioners amb reportatges multimèdia són els mitjans anglosaxons, més particularment, els estatunidencs. De fet, un dels primers reportatge multimèdia va néixer al *The New York Times* l'any 2012 i portava el nom de [*Snow Fall*](#). Un reportatge sobre l'allau del Tunnel Creek del 2012 que combina vídeos de reproducció automàtica, amb fotografies, text, infografies i mapes i que va tenir una gran repercussió (més de 3,5 milions de visualitzacions). A partir d'aquí, van ser molts els mitjans que es van afegir a aquesta nova manera d'entendre i d'elaborar el reportatge estenent-se pels principals mitjans mundials.

Els mitjans espanyols, també van començar a afegir-se a la creació dels reportatges multimèdia. Un dels grans pioners és *El País*. El febrer del 2005 la versió en línia de *El País* va realitzar per primera vegada un reportatge interactiu dedicat als Premis Goya. "Es tractava del primer reportatge hipertextual que es va etiquetar en la categoria *especials*" (Freixa, 2015:292). Des de llavors el diari elabora anualment reportatges multimèdia i són molts els mitjans espanyols que s'han atrevit a utilitzar aquesta modalitat des de llavors, alguns de manera més periòdica tot i les limitacions econòmiques.

En aquest treball es vol mostrar de manera teòrica tots els conceptes que envolten el gènere del reportatge multimèdia. Primerament, es farà una explicació històrica de l'evolució del periodisme per tal d'entendre l'arribada del reportatge multimèdia. Seguidament, es definiran les característiques que envolten aquest gènere i el diferencien del reportatge tradicional on també es donaran les pautes a seguir per elaborar un reportatge multimèdia. I finalment, es farà una anàlisi comparatiu de 9 reportatges multimèdia de diferents mitjans espanyols seguint un ordre cronològic, des del 2010 fins a l'actualitat, el 2018. D'aquesta manera es podrà veure l'evolució que ha patit el gènere en les nostres pantalles des dels inicis fins ara, on els recursos són majors. Amb aquest treball es volen extreure conclusions sobre la usabilitat, entesa com la facilitat que tenen els usuaris de navegar pel reportatge, i la integració del text, fotografies, vídeo, àudio i infografies en el mateix. També es pretén mostrar les possibilitats que té aquest gènere tan novell en la comunicació del nostre país, així com entendre els reptes als quals s'enfronta.

Escric aquest treball motivada per l'evolució del periodisme i la seva adaptació en les noves tecnologies. En un món digital, els mitjans de comunicació han adoptat estratègies per no quedar obsolets, i una és la creació del reportatge multimèdia. Havent nascut i viscut aquesta evolució des de primera línia, a causa de la meva edat, i encoratjada per la meva professió, el periodisme, em sento encuriosida pel reportatge multimèdia i tot el que comporta, molt en concret el paper que juguen els usuaris, que cada vegada són més protagonistes.

Així doncs, he escollit realitzar aquest treball sobre els reportatges multimèdia per tal de conèixer més a fons què s'amaga darrere d'aquest i entendre'n les limitacions. És un gènere relativament nou que està en constant evolució i això el fa encara més atractiu. Fascinada sobretot per l'estructura i els múltiples camins que ofereix per recórrer el reportatge, m'he vist motivada d'indagar més a fons per aquest gènere, un dels grans gèneres del periodisme - ja sigui en format paper, televisiu, ràdio o digital – sobretot per l'aprofundiment en els fets.

2. Antecedents

2.1. L'origen dels gèneres periodístics

Els gèneres periodístics són el resultat d'una lenta evolució històrica. Josep Maria Casasús, veu el seu origen en el relat homèric i en el seu llibre *Estilo y géneros* senyala que existeixen dues fases històriques de presentar els fets (Casasús, 1992:16):

1. Una fase més antiga “caracteritzada por el predominio del relato homérico o nestoriano (una modalidad específica del *modus per incrementa*)”.
2. Una fase posterior, “en la que prevale el relato cronológico o *modus per tempora*”

Casasús veu en l'ordre homèric o nestorià una disposició ordenada per tres parts. “En la primera parte y la última aparecen los hechos más destacados o relevantes; en la segunda – la parte central – aparecen los detalles procesales, la narración exhaustiva, la exposición cronológica de episodios principales y secundarios” (Casasús, 1992:16). Una definició que té molt de sentit tenint en compte que la necessitat de comunicar-se dels humans ha anat creant maneres d'expressar-se que al llarg dels anys s'han anat perfilant i han rebut el nom de gèneres periodístics.

Tot i així, l'origen dels gèneres periodístics ha estat molt relacionat amb la història del periodisme. El concepte i la pràctica del periodisme van ser desenvolupades en els països anglosaxons, Estats Units i Gran Bretanya, en el marc de la Primera Guerra Mundial. Per entendre-ho, cal conèixer les etapes que ha sofert des de 1850, segons la classificació d'Angel Benito (Benito, 1973:71).

1. La primera etapa considerada és la del periodisme ideològic on el periodisme estava al servei d'idees polítiques i religioses i on predominaven els comentaris i l'opinió vers la informació. Els que feien periodisme al llarg d'aquesta època venien del món literari. Cal recordar que el vincle que uneix literatura i periodisme sempre ha estat molt present. Pel que fa al terreny professional, al llarg de les primeres etapes del desenvolupament del periodisme, aquest era pràcticament només literatura. Els diaris de finals del segle XIX s'emplenaven d'obres d'escriptors i contaven entre els seus col·laboradors amb les figures més destacades de la generació del 98 com Unamuno o Leopoldo Alas. La informació periodística era pràcticament inexistente i quan ho feia tractava temes com les condicions de vida del proletariat, la misèria, la prostitució i el crim (Parratt, 2003:56). Aquesta etapa va durar fins al final de la primera Guerra Mundial.

2. Paral·lelament, des de finals del segle XIX fins a la Primera Guerra Mundial va aparèixer l'anomenat periodisme informatiu. Aquest va néixer als Estats Units i a Gran Bretanya i posteriorment es va estendre per Europa. Era un periodisme basat en el relat de fets (*story*) i l'exposició d'idees (*comment*) i que va desenvolupar una gran varietat de gèneres com la notícia, el reportatge, la crítica o el comentari. Aquí, tenen més importància els gèneres informatius com la notícia, la crònica i el reportatge. A Espanya va tardar més a arribar i fins al 1936 es va mantenir el periodisme ideològic. (Parratt, 2003:19). Tot i que la relació periodisme i literatura sempre ha estat molt estreta, al segle XX les coses van començar a canviar i l'activitat periodística va començar a créixer. Tot i que el caràcter de les publicacions periòdiques de l'època diferien de les actuals pel seu format i contingut, de mica en mica la informació va anar guanyant protagonisme i van aparèixer figures destacades com Francisco Umbral, Manuel Velázquez Montalbán o Manuel Vicent, que van començar a treballar com a periodistes a finals dels 50, però que la seva trajectòria professional va estar lligada amb la literatura, tal com ho reflectien les seves peces.
3. A partir de la Segona Guerra Mundial apareix l'anomenat periodisme d'explicació, motivat per la modernització tecnològica i les conseqüències socials de l'època, que va permetre l'aparició de la ràdio i la televisió. Aquest aborda els fets en profunditat amb l'objectiu d'informar i crear opinió (Moreno, 2000)¹.

D'aquesta manera, es podria considerar que els gèneres periodístics van néixer en el marc del periodisme informatiu, on les necessitats comunicatives i informatives de la Primera Guerra Mundial van ser el desencadenant de diferents gèneres comunicatius com la notícia i el reportatge, entre d'altres. Aquests, però encara no rebien una designació específica que els identifiqués com a tals. El francès Jacques Kayser va ser un dels primers a utilitzar el terme "gènere periodístic" en els últims anys de la dècada dels cinquanta. La teoria classificatòria dels gèneres periodístics "va néixer com una tècnica de treball per l'anàlisi sociològic dels missatges que apareixien en la premsa", posteriorment, es va perfilar com una doctrina filològica i literària, tal com la coneixem actualment (Parratt, 2003:15).

¹ Algunes referències bibliogràfiques d'aquest treball no especifiquen la pàgina, ja que aquesta no estava mencionada quan es va extreure la informació.

Va ser la periodicitat diària i la incorporació de més seccions a la premsa com el temps, les informacions judicials, els naixements, els espectacles... que van acabar perfilant els gèneres periodístics en el panorama mundial.

A mesura que es van identificar i posar nom als diferents gèneres periodístics, aquests es van anar incorporant en els estudis i centres educatius. La Universitat de Navarra va ser un dels primers centres espanyols a investigar i treballar en la teoria dels gèneres periodístics a través d'un enfocament filològic. Va ser l'any 1959-1960 en una assignatura anomenada *Redacció Periodística* i amb el professor Martínez Albertos al capdavant de la matèria, un dels primers a definir el terme de gèneres periodístics (Parrat, 2003:15). En el seu llibre *Periodismo. Géneros* els descriu com “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (Martínez Albertos, 1974). Una definició molt genèrica on apareix el terme “creació literària”, d'aquí la vinculació que s'ha fet sempre entre periodisme i literatura.

Uns anys més tard, el 1977, López de Zuazo en feina una definició encara més simple, tot i que més vinculada al món del periodisme i definia els gèneres com “una unidad informativa con características independientes”.

Des de llavors són molts els autors que en algun moment han intentat definir el terme de gèneres periodístics. Martínez de Sousa, adquiria també una postura més literària, tot i que més completa que la de Martínez Albertos i els definia com “pequeñas unidades literarias con características propias, bien sea por la forma de redactarlas, por el orden de exposición o por el estilo periodístico empleado”.

Però qui fa una de les definicions més completes del terme és l'acadèmic bolivià Erick Torrico els defineix com “especies -arquetípicas, en la teoría- que reúnen aquellos mensajes que son formalizados de modo tal que constituyen una “familia”, o sea a los que tienen lazos de parentesco en su esencia y en su entorno y que, precisamente por ello, se diferencian de los demás” (Torrico, S.F. citat a Peñaranda, 2000:1). Una definició que s'adopta per bona en aquest treball i que ve a dir que els gèneres periodístics són formes d'expressió que tenen una forma concreta - tot i que cada vegada és més difícil diferenciar els gèneres per la seva forma, sobretot perquè molts barregen trets formals i formen gèneres híbrids. Però a aquesta definició caldria afegir-hi que els gèneres periodístics guarden una relació amb l'objectiu final que té el comunicador. És a dir que depenent si el comunicador vol informar, interpretar o donar opinió, farà servir un gènere o un altre.

Els gèneres periodístics han anat evolucionat i s'han adaptat a les demandes socials i als objectius de la professió periodística, de manera que els podem entendre com un mètode d'interpretació successiva de la realitat social. (Gomis, 1989) Tot i així, mai s'ha dut a terme un trencament definitiu entre periodisme i literatura. Ambdues disciplines necessiten una de l'altra per complementar-se: la literatura utilitza tècniques periodístiques i a la inversa. Amb l'aparició del Nou Periodisme aquest vincle es va enfortir encara més i ha afavorit l'aparició del que anomenem la redacció periodística literària.

Quan parlem del Nou Periodisme estem fent referència a un moviment que es va originar als anys 60 als Estats Units i que renova la manera d'entendre el periodisme. Amb el Nou Periodisme ja no es parlava d'informació pura, sinó que s'incloïen tècniques literàries que aportaven subjectivitat, de manera que com és sentimental fos la peça, millor.

Thomas Wolfe, més conegut per Tom Wolfe, periodista i escriptor estatunidenc, és qui es considera el pare del Nou Periodisme. Ell mateix defineix en el seu llibre *El Nuevo Periodismo* el significat d'aquest fenomen:

Lo que me interesó no fue solo el descubrimiento de que era posible escribir artículos muy fieles a la realidad empleando técnicas de la novela y el cuento (...) Era el descubrimiento de que (...) en periodismo se podía recurrir a cualquier artificio literario, desde los tradicionales dialoguismos del ensayo hasta el monólogo interior y emplear muchos géneros diferentes simultáneamente, o dentro de un espacio relativamente breve (...) para provocar al lector de una forma a la vez intelectual y emotiva.

Però és curiós mencionar que el que es considera el fundador d'aquest nou moviment sap ni com ni quan es va concebre aquest terme (Wolfe, 1976:38).

No tengo ni idea de quién concibió la etiqueta de "El Nuevo Periodismo" ni cuando fue concebida. Seymour Krim me dijo que la oyó por primera vez en 1965, cuando era redactor jefe de *Nugget* y Peter Hamill le llamó para encargarle un artículo titulado "*El Nuevo Periodismo*" sobre gente como Jimmy Breslin y Gay Talese.

L'aparició del Nou Periodisme als Estats Units va coincidir amb un moment on la societat nord-americana de l'època havia cedit la realitat als periodistes i es patia una crisi de la novel·la tradicional (Parratt, 2003: 49).

La complexitat de les polítiques, les economies i les ideologies mundials de partir dels anys 20 van crear la necessitat en els mitjans de comunicació d'aportar una nova manera de representar les notícies a partir de comentaris per tal que fossin més clares. És a dir, tractar de manera més profunda aquests fets noticiosos. Així és com es va estendre l'ús del reportatge en profunditat, una modalitat que llavors era innovadora respecte al concepte que hi havia de reportatge entès com una peça més objectiva i menys profunda. Aquest va viure els seus millors moments en les dècades del 1950 i 1960 gràcies al fet que es va introduir a la premsa diària i a l'arribada del nou periodisme que precisament defensava aquesta unió entre literatura i informació (Parratt, 2003)

2.2. Tipus de gèneres periodístics

Existeixen molts autors i estudiosos que han elaborat tipologies sobre els gèneres periodístics. A continuació se'n presenten algunes que s'han considerat interessants extretes de l'escrit *Géneros periodísticos: ¿Qué son i para qué sirven?* de Raúl Peñaranda on es mostren les classificacions que han fet diferents teòrics sobre el gènere periodístic. La classificació dels gèneres no ve delimitada per la temàtica, sinó que ve determinada per la forma de tractament i d'estil. S'ha cregut convenient mencionar-les totes en aquest treball.

La María Julia Sierra els divideix en dos:

1. Periodisme noticiós, on s'inclouen les cròniques, les columnes, els reportatges, les entrevistes, els editorials, els articles de fons i les notícies.
2. Periodisme literari (semblança i conte de la vida real).

Una divisió molt simple i poc arriscada on bàsicament fa una clara distinció entre els periodístics i els literaris, sense entrar en subcategories. Molt similar és la definició que fa Armando de Miguel qui planteja tres espècies periodístiques: periodisme informatiu, periodisme literari i literatura. Però la seva divisió es queda aquí i no profunditza en els gèneres com a tals. Més simple és la classificació de Luiz Beltrão que parla de la notícia o "relat noticiós", l'entrevista i el reportatge, una distinció molt concreta i que no concep a altres gèneres periodístics com podrien ser l'article, l'article d'opinió, la crònica, el comentari o la crítica.

Per la seva banda, John Honhenberg tampoc es complica en fer distincions de categories i subcategories i fa referència a la notícia bàsica – que ha de ser el més objectiva possible –, a la notícia d'interès humà, a l'entrevista, a la biografia popular, a la notícia interpretativa, al reportatge especialitzat, a la columna, al reportatge investigador i al

reportatge de campanya. No es dedica a fer una clara distinció tipològica sinó que només enumera els gèneres que ell creu convenients on no tenen cabuda l'article, l'editorial i els articles d'opinió. Siegfried Mandel segueix la mateixa línia i distingeix la nota periodística, la nota d'interès humà, la columna, la crònica, l'editorial, l'entrevista i el reportatge.

El mateix fa Jan Gargurevich qui menciona la nota informativa, l'entrevista, la crònica periodística, el testimoni periodístic, els gèneres gràfics, la campanya, el fulletó, la columna, la ressenya, el reportatge i l'editorial. Marques de Melo reconeix com a gèneres periodístics la notícia, l'article, la fotografia, la caricatura, la carta, el comentari, la crònica, l'editorial i l'entrevista. Johnson i Harris no pren en consideració el reportatge i senyala que existeixen les notícies corrents, les cròniques especials, la nota d'interès humà, les notícies socials, les il·lustracions (fotografies, gràfiques, etc.) i els editorials.

Martín Vivaldi ja comença a fer més categoritzacions i parla de tres gèneres que són el reportatge, la crònica i l'article, i a partir d'aquí en fa subdivisions: gran reportatge, notícia, reportatge-detectiu, reportatge-conològic, columna, suelto i article de costums.

D'altra banda, José Luis Martínez Albertos menciona tres estils que són l'informatiu, de sol·licitació d'opinió i amè, i quatre gèneres que són informació, reportatge, gènere, crònica i article. No només parla de gèneres sinó que inclou també un terme nou que són els estils. Tot i així, la categorització que en fa és poc clara.

Morán Torres en el seu llibre *Géneros del periodismo de opinión* ja comença a fer-ne una divisió més completa i sosté que en el periodisme podem trobar principalment quatre gèneres informatius i quatre d'opinió:

1. Informatius: notícia, entrevista, crònica i reportatge.
2. D'opinió: article editorial, comentari, columna i crítica periodística.

Molt similar és la classificació que fa Esteban Morán, però hi afegeix també la paraula interpretació:

1. Gèneres informatius: la notícia, l'entrevista, la crònica i el reportatge.
2. Gèneres d'opinió o interpretatius: l'editorial, la crítica, la columna i el comentari.

Finalment, Erick Torrico, va més enllà i divideix els gèneres periodístics en:

1. Gèneres informatius: notícia, solt, nota de redacció, cuinat, crònica, entrevista i reportatge.

2. Gèneres opinatius: editorial, article, comentari i crítica.
3. Gèneres interpretatius: interpretació i anàlisi.

Aquesta, és la classificació que es donarà per bona en aquest treball, ja que és la més completa. Per parlar de gèneres periodístics és imprescindible parlar d'informació, opinió i interpretació i Erick Torrico té en compte aquests tres aspectes i els concep de manera separada. John Müller també distingeix els gèneres informatius, els opinatius i els interpretatius, però no en fa cap subclassificació.

Cal tenir en compte però que els gèneres periodístics no només es poden trobar en la premsa escrita i digital, sinó que després de la Segona Guerra Mundial van aparèixer la ràdio i la televisió que van aportar una nova manera de consumir informació, i els gèneres que fins llavors eren propis de la premsa escrita van ser adoptats també per la ràdio i la televisió adquirint riquesa expressiva. Tot i que les tipologies de gèneres no difereixen en el mitjà que es consumeixen, hi ha teòrics que han elaborat classificacions pròpies per a cada mitjà.

D'aquesta manera, Cebrián Herreros en el seu llibre *Géneros informativos audiovisuales* fa una classificació dels gèneres audiovisuals molt completa i els divideix en:

1. Gèneres expressius i testimonials, on inclou l'editorial, el comentari, la crítica i la crònica.
2. Gèneres referencials o expositius, on es pot trobar la notícia, el reportatge, el reportatge d'investigació, l'informe periodístic, el documental periodístic, el documental informatiu i el docudrama.
3. Gèneres dialògics o apel·latius on engloba l'entrevista, l'enquesta, la conferència de premsa i roda informativa en estudi, col·loquials i de debat, i de participació dialògica de l'audiència.

Aquesta és la que es prendrà en consideració en aquest treball tot i que es creu imprescindible afegir la paraula interpretació, d'aquesta manera l'editorial, el comentari, la crítica i la crònica serien considerats gèneres expressius i interpretatius, ja que testimonials ho poden ser també altres peces com la notícia, l'entrevista, l'enquesta, el debat, el col·loqui, el debat i el reportatge.

D'altra banda Emilio Prado (1981) parla només de gèneres informatius radiofònics on engloba els altres subgèneres. En fa aquesta classificació, molt ampla i ben estructurada pel que fa a categories i subcategories. En ser la més completa és la que s'utilitzarà en aquest treball.

1. Gèneres informatius radiofònics
 - A. La notícia
 - a. La notícia estricta
 - b. La notícia amb cita
 - c. La notícia amb entrevista
 - B. L'entrevista
 - a. L'entrevista en directe
 - b. L'entrevista en diferit
 - c. L'entrevista de caràcter
 - d. L'entrevista noticiosa
 - L'entrevista d'informació estricta
 - L'entrevista d'informació en profunditat
 - La falsa entrevista
 - C. El reportatge
 - a. El reportatge simultani
 - b. El reportatge diferit
 - D. Polemitzadors:
 - a. El debat
 - b. La taula rodona
 - c. El documental
 - d. L'entrevista
 - E. La crònica
 - a. La informació de corresponsals
 - b. Comentari especialitzat des del lloc dels fets

Gil Muñoz (1986) també fa una única classificació de gèneres informatius radiofònics, però molt més simple i poc completa, on engloba la notícia, el flash, la crònica, el comentari, l'entrevista, el reportatge, el documental radiofònic i la roda radiofònica.

Arturo Merayo (1992), en canvi, divideix els gèneres radiofònics en dos:

1. Gèneres de monòleg on es pot trobar la notícia, l'informe, la continuïtat, la crònica, l'editorial i el comentari.

2. Gèneres de diàleg que engloben la notícia dialogada, el reportatge (i els seus tipus), la crònica d'abast, l'entrevista (i els seus tipus), el col·loqui, la participació (models).

2.3. El naixement del reportatge

Amb l'aparició dels gèneres periodístics va sorgir el que ara anomenem reportatge. Però situar en un moment concret de la història el naixement del reportatge és una tasca molt complicada, sobretot si tenim en compte la manca d'informació teòrica i històrica d'aquest. Des de sempre, s'ha situat el reportatge en relació al naixement de la humanitat. Els humans són els animals més socials de tots els animals que existeixen i sempre han tingut la necessitat de comunicar-se amb els altres i explicar successos, experiències personals i vivències, i divulgar-les, primer fent ús de l'oralitat i amb la invenció de l'escriptura i, sobretot, de la impremta, a través de la premsa. Així ho diu el mateix significat original de la paraula reportatge, que procedeix del llatí *reportare* i vol dir portar una notícia. Sempre hi ha hagut persones que han explicat notícies i fets dels quals han estat testimonis, tal com ho afirma Lluís Albert Chillón (1994):

(...) la funció de reportar noves, notícies o testimoniatges és probablement tan antiga com la mateixa existència de l'escriptura, el gènere del reportatge com a tal s'anà configurant a mesura que la cultura periodística diversificà les seves funcions i refinà les seves tècniques.

Però el mateix Chillón s'atreveix a determinar el moment del naixement del reportatge:

Al meu parer, va néixer de la literatura testimonial tradicional – especialment de les cròniques, relacions, epistolars, estampes costumistes i relats de viatge –; es va anar configurant aproximadament durant la primera meitat del segle XIX, amb la substitució de la premsa de partit o facció característica del segle XVIII per la premsa informativa d'àmplia difusió; i es va consolidar, entre les últimes dècades del segle XIX i les primeres del segle XX, amb l'adveniment de l'anomenada societat de comunicació de masses, de la mà de les agències de notícies, els documentals cinematogràfics, els informatius radiofònics i, sobretot, dels magazins il·lustrats i els grans diaris d'informació general.

Una de les primeres publicacions que podrien considerar-se reportatge són les anomenades *Zeitung*, unes fulles volants que una firma bancària alemanya editava per infor-

mar els seus clients sobre temes diversos i que daten del 1587. La seva estructura similar a la del reportatge que coneixem actualment: un primer paràgraf que exposa el tema, un cos relatat cronològicament i un final redundant; l'ha catalogat com un dels primers reportatges que es coneixen (Cantavella, 1998).

Tot i així, és amb l'aparició de l'anomenat periodisme informatiu que el reportatge va anar prenent protagonisme en el món periodístic. Aquest es conformà al llarg dels vuit-cents i assolí els seus contorns actuals durant el període de desenvolupament accelerat de la premsa de masses. És per això que a finals del segle XIX van aparèixer els primers textos considerats fundacionals del reportatge a Europa. Aquest és el cas d'un escrit sobre la prostitució a Londres que va fer el periodista W. Thomas l'any 1884 al diari anglès *Pall Mall Gazette* (Cantavella, 1998). Una de les característiques de l'informe que publicava és que, a diferència de com havia succeït anteriorment, no es dedicava només a informar sobre un fet sinó que descrivia des de tots els aspectes la situació, aportant experiències i opinions dels protagonistes. Un fet que fins llavors no s'havia pogut presenciar en els mitjans de comunicació de l'època.

Pel que fa a Espanya, tot i que ja es coneixia el reportatge, a principis del segle XX alguns diaris espanyols encara no n'havien publicat cap. Per conèixer la que és considerada la primera mostra de reportatge de premsa espanyola cal remuntar-nos el 1928 al diari *Heraldo de Madrid*. El periodista César González Ruano va ser qui va fer-ho presentant un reportatge que portava com a títol "Una revolució periodística de final de segle. Els creadors del reportatge modern" (Cantavella, 1998). Poc temps després, van començar a destacar noms com Adelardo Fernández-Arias, Azorín que van suposar l'assentament del reportatge periodístic en els mitjans de comunicació espanyols.

Amb la innovació de la impressió es va fer possible el naixement d'un nou periodisme: el fotoperiodisme. Gràcies al desenvolupament de la impremta van aparèixer els primers daguerreotips. Una vegada més, va ser la premsa americana qui va fer el primer pas i el *Daily Graphic* de Nova York va publicar la fotografia per primera vegada el 1880. Tot i així, no va ser fins al segle XX que la pràctica es va estendre, degut als avenços tecnològics que porten obturadors més ràpids i objectius més precisos. La Guerra Civil Espanyola va ser un punt important de la història del fotoperiodisme, va ser el primer conflicte que va tenir una cobertura gràfica donant pas a la fotografia com a nova manera de comunicar i de narrar. Des de llavors, la fotografia s'ha anat fent un lloc, cada vegada més important, en els mitjans de comunicació, gràcies també als grans avenços tecno-

lògics han permès una millora de la qualitat de la imatge. Així és com neix el fotoreportatge, una història explicada en fotos que té la voluntat de comunicar i d'explicar una història o esdeveniment noticiable, autèntic i verídic (de no ficció), i que té la intenció de respondre les 5W: qui, què, on, per què i com.

Amb l'aparició de la fotografia s'havia avançat molt a nivell d'innovació i també en l'àmbit dels mitjans de comunicació, però encara quedava molt per arribar a l'origen del cinema, un dels mitjans amb més repercussió. En el seu afany de conquerir el moviment, la fotografia no va tardar a convertir-se en *cronofotografia*, procés de visualització del moviment a través d'una seqüència d'imatges. El 1895, Thomas Alva Edison presentava el kinetoscopi, la primera eina en la qual es podien veure imatges en moviment, considerada la primera màquina del cinema. Mentrestant, a França, els germans Lumière havien inventat el cinematògraf, un aparell que feia la funció de càmera, impressora i projector, i el 28 de desembre del 1895 presentaven a París la pel·lícula [L'arribada del tren a l'estació](#) (*L'arrivée d'un train en gare de La Ciotat*). Des d'aquell moment, la batalla i el període experimental de laboratori es va guanyar. Les cròniques asseguren que els espectadors van quedar petrificats, bocabadats i sorpresos amb el que els seus ulls estaven observant, tal com informava Georges Méliès, testimoni en aquell moment. Amb l'invent dels Lumière, es va tancar definitivament el període d'experiències de laboratori i es va culminar a Europa i Amèrica. Les primeres pel·lícules produïdes pels germans francesos foren de temes banals propis de qualsevol fotògraf: *Sortie des usines Lumière à Lyon*, *Querelle de bebès*, *Bassin des Tuileries*, *L'arrivée d'un train en gare de La Ciotat*, *Le regiment*, *Le maréchal ferrant*, *Partie d'écarte*, *Mauvaises herbes*, *La démolition d'un mur*, *Le mer* (Gubern, 2016).

Els primers rodatges espanyols foren obra d'Alexandre Promio el 1896 a través d'unes imatges gravades per la casa Lumière, però encara faltaria un any perquè els primers espanyols s'endinsessin en el món del cinema. Va ser Eduardo Moreno el 1897 amb *Entierro del General Sánchez Bregua* i, dos anys més tard, Eduardo Jimeno Correas amb *Salida de la misa de doce de la Iglesia del Pilar de Zaragoza*.

El cinema de ficció no tardaria a arribar. El 1902, Georges Méliès sorprenia amb el film *Le Voyage dans la Lune*, que va meravellar als espectadors amb els efectes fotogràfics que contenia. Tot i així, la innovació i la falta de pressupost provocava que fossin efectes molt simples. La pel·lícula *2001: A Space Odyssey* de Stanley Kubrick publicada el 1968 va marcar un abans i un després en el cinema de ciència-ficció i a finals dels anys 70 es

van començar a crear pel·lícules que requerien un pressupost més elevat com *Star Wars* (Gubern, 2016).

A Espanya, el cine va viure una època obscura i fou objecte de vigilància i de censura durant el franquisme. Es va arribar fins al punt que es van prohibir les versions originals de pel·lícules estrangeres des del 1941, obligant així a doblar-les (Bustamante i Guiu, 1988:112). La persecució va ser tal que es va qualificar per adults la pel·lícula juvenil *La gran aventura de Tarzán* (John Guillermin, 1959) perquè el cos de l'home-mono podia desviar l'atenció de les adolescents de l'època; i van capgirar història de la pel·lícula *Mogambo* (John Ford, 1953) a través del doblatge, convertint el matrimoni protagonista en germans per tal d'amagar un cas d'adulteri, cosa que va acabar convertint la història en un incest.

El mateix va passar amb la televisió que des de les seves primeres emissions el 28 d'octubre del 1956 naix com un òrgan de l'Administració de l'Estat, sense personalitat jurídica pròpia. El dispositiu de censura intern i extern hi era present i les principals fites de la programació coincidien amb les grans celebracions del règim (Bustamante, 2013).

Pel que fa a la ràdio, aquesta va arribar tard en relació al context europeu. El seu naixement històric espanyol s'ubica en la dictadura de Primo de Rivera qui va concedir el monopoli estatal a l'empresa privada de Telefònica. Això va provocar que no s'explotés la ràdio privada fins a l'arribada de la II República, i entre el 1932 i el 1934 es van autoritzar 59 ràdios locals entre les quals trobem les de Lleida, Tarragona i Girona. *Unión Ràdio* va ser l'emissora que va emetre els primers reportatges radiofònics esportius i musicals en directe i és per això que se li atribueix els conceptes viu, modern i dinàmic propis de la transmissió radiofònica actual (Enciclopèdia de la Comunicació). Però va ser en plena guerra civil quan realment es desenvolupa la ràdio, sobretot utilitzada pels militars de l'"Alzamiento Nacional" com a eina de propaganda. La ràdio va ser durant molts anys una eina dirigida pel règim. La Llei de Premsa de 1938 (22 d'agost, BOE de 23-4-1938) va consolidar aquesta situació durant 28 anys i els mitjans van ser sotmesos a una forta censura. Quan va acabar la guerra, una ordre del Ministerio de Gobernación (6 d'octubre) va sotmetre a la ràdio comercial a la censura i es va prohibir l'emissió d'informatius; aquesta va durar fins a l'octubre del 1977 (Bustamante, 2013).

Després del nomenament de Manuel Fraga el 1962, la censura es va anar rebaixant en tots els àmbits dels mitjans de comunicació i amb l'arribada de la democràcia aquesta va desaparèixer.

2.4. Definició de reportatge

No és difícil trobar autors i teòrics que hagin definit el terme de reportatge. Cal destacar-ne els següents:

- A. Gonzalo Martín Vivaldi (1993: 65), en el seu llibre *Géneros Periodísticos*, defineix el reportatge com un “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”.
- B. Begoña Echevarría Llombart (1988: 23), por su parte, hace una definición muy completa sobre el reportaje y lo define como “el texto periodístico fruto de una investigación profunda mediante la cual el periodista describe, explica, informa, relata, analiza, compara e interpreta (...) va más allá del clásico Qué ha sucedido y Quién lo ha protagonizado y se fija fundamentalmente en el Cómo y Por qué se ha producido un acontecimiento. Antecedentes, contextualización, análisis, reacciones e interpretaciones son esenciales en ese género (...) generalmente firmado. Si el lector encuentra en la noticia una fotografía de la realidad, el reportaje le aporta una radiografía de la misma, una posibilidad de diagnóstico sobre el origen y las causas de lo que ocurre y sus posibles repercusiones futuras”.
- C. Sònia F. Parrat (2003: 34) en el llibre *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas* el defineix com “un género periodístico de extensión variable en el que se suele ahondar, e incluso explicar y analizar, en hechos actuales pero no necesariamente noticiosos, cuyo autor goza de una mayor libertad estructural y expresiva, y que generalmente se publica firmado y acompañado de fotografías o infografía.
- D. Albert Chillón (1994) en fa una descripció completa: “El reportatge és un tipus d'enunciat relativament estable caracteritzat en virtut de diferents criteris - procediments d'elaboració, tractament de la informació, convencions compositives i estilístiques, funcions comunicatives que exerceix, etcètera - i netament diferenciat de les altres modalitat periodístiques. (...) La seva característica més important és precisament la diversitat funcional, temàtica, compositiva i estilística (...) pot incorporar i combinar virtualment múltiples procediments i recursos d'escriptura (...) absorbir en part o del tot els altres gèneres periodístics o informatius (...) i d'opinió (...) i fins i tot pot assimilar parcialment o totalment gèneres literaris i artístics anteriors i coetanis (...). L'únic límit l'imposen les exigències de claredat i eficàcia inherents a tot el periodisme informatiu de qualitat”.

- E. D'altra banda, alguns mitjans de comunicació també defineixen el terme en les seves respectives guies d'estil. Aquest és el cas del diari espanyol El País que el defineix com un "género que combina la información con las descripciones e interpretaciones de estilo literario"

La definició que es proposa en aquest treball és la següent:

El reportatge és un gènere periodístic - que combina informació, descripció i interpretació - d'extensió variable que tracta temes actuals, però no necessàriament noticiosos, i que és fruit d'una investigació extensa.

2.5. Característiques del reportatge

Fer una llista de característiques que defineixen el reportatge pot arribar a fer-se una feina complicada, sobretot en l'actualitat, on els gèneres periodístics es combinen creant peces híbrides i úniques i és difícil trobar-ne el límit d'on comença un i acaba l'altre. Basant-me en la caracterització que fa José Javier Muñoz i els matisos de Sònia F. Parrat (2003) en el seu llibre *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*, he elaborat una llista pròpia amb les meves pròpies ratificacions.

- A. És difícil reconèixer a un reportatge per l'extensió. Aquesta és molt variable i pot anar des de reportatges de cinquanta - seixanta línies publicats en un diari fins a llibres sencers que són considerats reportatges novel·lats, com és el cas de Gabriel Garcia Márquez qui va escriure *Noticia de un secuestro*, que explica la història real de 10 segrestos duts a terme per una banda de narcotraficants anomenada *Extraditables*, dirigida per Pablo Escobar.
- B. També és una feina complicada distingir el reportatge per la seva estructura. Sol ser lliure i pot no seguir l'esquema de la piràmide invertida tan pròpia dels gèneres periodístics informatius. El seu objectiu no és explicar el màxim de coses en el mínim de temps, sinó donar detalls i profunditzar en aquests. D'aquesta manera, cada periodista escull el millor camí per explicar-los. Fins i tot, moltes vegades se segueix un ordre totalment oposat a la piràmide invertida. Tot i així, sol tenir una introducció, un cos i una conclusió.
- C. És un text periodístic que a part d'informar, busca captar l'atenció de l'usuari mitjançant un llenguatge senzill i assequible.
- D. No només és important el què ha passat sinó que dedica temps a explicar els antecedents, la contextualització i les anècdotes. Per fer-ho compta amb testimonis, que s'afegeixen a la peça a través de declaracions citades de manera

directa; i l'ambient que aporta informació sobre l'espai físic que el rodeja, així com la descripció dels personatges. Profunditza en el tema i sol contenir més anàlisi i més diversitat de fonts.

- E. Sol contenir un títol, subtítol, sumaris i destacats. A més a més, tot reportatge sol incloure mínim una fotografia.
- F. Tracta temes d'actualitat, tot i que no està sotmès a la realitat més recent com altres gèneres periodístics com la notícia. De fet, tracta temes d'actualitat com l'art, l'interès humà, l'entreteniment, les grans activitats científiques, mèdiques i ambientals, que en els diaris no tindrien cabuda com a informacions noticioses (MacDowall, 1992:61).
- G. El periodista té més llibertat. Tot i que s'espera que el reportatge sigui objectiu, aquest és un punt àlgid en el periodisme. En molts casos, els reportatges solen ser més subjectius que les notícies, ja que el periodista tendeix a fer més valoracions. El simple fet d'estructurar la peça d'una manera i d'utilitzar unes fonts concretes, el periodista ja està donant de manera implícita un punt de vista.
- H. El periodista no se centra només en el Què, On i Quan, sinó que busca trobar resposta a les 5W: Què, On, Quan, Per què i Com. Posant especial importància en el Com i el Per què, que requereixen un treball d'indagació major, propi del reportatge, que busca profunditzar en els fets.
- I. Lligat a la característica anterior, el reportatge requereix descripció. En aquest gènere periodístic la descripció és fonamental per atraure l'atenció de l'usuari i per donar-li la major quantitat de detalls i ajudar a profunditzar en la història.

2.6. El sorgiment del reportatge multimèdia

Internet ha estat un dels grans avenços de la història i va repercutir de manera molt directa la comunicació. Aquest fenomen també va tenir gran repercussió en els mitjans de comunicació perquè aquests es van veure obligats a adaptar-se a les noves tecnologies i a les infinites possibilitats que aquestes ofereixen. Van veure una oportunitat de seguir avançant en la història de la informació i és que no podríem entendre el concepte de reportatge multimèdia sense l'aparició d'Internet.

Sempre és complicat trobar els inicis, i situar el començament de les notícies a Internet resulta difícil. “Estamos ante un fenómeno gradual que, considerado a nivel internacional, no tiene una fecha clara de inicio”, així ho apunten Canga Larequi i altres (2000: 24). Als Estats Units, als anys 70 alguns mitjans van començar a utilitzar ordinadors per distribuir notícies com el diari estatunidenc *The New York Times*, que el 1974 va crear

una secció de notícies resumides anomenada *Infobank* a la seva base de dades (Rost, 2006:88). Però llavors, els mitjans que utilitzaven la plataforma eren escassos. No va ser fins a la dècada dels 80 que hi va començar a haver-hi un gran nombre de mitjans de comunicació que optarien per emetre notícies a través de la pantalla a través de base de dades pròpies.

Es podria considerar que als anys 90, els diaris impresos van fer el salt cap al diari digital, aprofitant la informatització de les redaccions. Les empreses editores de diaris van ser les primeres. Tal com explica Luis Albornoz (2002:159), “del conjunto de las industrias culturales que utilizan la información como materia prima, es el sector de la prensa escrita el que, hasta el momento, ha alcanzado un mayor desarrollo y estandarización en la Red”. El maig de 1992, el diari *The Chicago Tribune* va llançar una edició en línia: el *Chicago Online*. Les revistes també van ser les primeres a utilitzar la Xarxa per emetre els seus continguts a través de la web. El 1993, el setmanari *Time* publicava totes les notícies de l'edició impresa a través dels seus serveis en línia (Rost, 2006: 89). D'acord amb el professor David Carlson (2005), el primer diari en publicar regularment a Internet, del qual es té constància, va ser el [*Palo Alto Weekly*](#) de Califòrnia el 1994. Un mitjà que encara és vigent i publica diàriament en la seva pàgina web.

De mica en mica, diferents diaris i revistes s'unien a l'aventura de publicar les publicacions a la Xarxa, això sí, amb gran incertesa, ja que no sabien on els acabaria portant, a causa que el 1994, era poca la gent que coneixia Internet i tota la informació que s'hi estava coent. A Espanya, el 1995 els primers diaris en paper començaven a obrir les primeres pàgines a Internet. El primer diari que va comptar amb una versió digital va ser l'*Avui* l'1 d'abril del 1995 (Cerezo, 2009:18). Uns mesos després, s'hi van unir d'altres com *El Periódico de Catalunya*, *El País*, *El Mundo*, l'*ABC* i *La Vanguardia* que començaven a veure la Xarxa com una possibilitat, ja no econòmica perquè llavors no els aportava cap aportació, sinó més com una aposta de futur. Aquest va ser el cas de *El País*, tal com mostra Maria Dolores Ruiz de Elvira, responsable de *El País Digital*, en un informe de 1999:

El País Digital nació el 4 de mayo de 1996, vigésimo aniversario de *El País*. Fue una apuesta de futuro, en el convencimiento de que Internet abre una ventana al mundo altamente prometedora para incrementar nuestra audiencia y nuestra influencia, al tiempo que nos permite adentrarnos en nuevas vías de negocio hasta ahora inéditas para los grupos de comunicación (...). Nuestra intención, al zambullirnos en el ciberespacio,

fue y sigue siendo, mantenernos en vanguardia informativa y tecnológica, y sacar el máximo provecho a la marca de *El País* como medio de referencia, no sólo nacional, sino internacional.

L'aparició del món digital i les noves tecnologies han permès una adaptació del gènere del reportatge al nou mitjà: el diari digital. D'aquesta manera, el reportatge ha donat pas a una evolució d'aquest a la xarxa donant pas al reportatge multimèdia i obrint, així, un nou context comunicatiu:

En lenguaje hipertexto interactivo se rompe la linealidad, la obra ya no está cerrada, sino abierta a otros productos y fuentes y el receptor construye el mensaje navegando a través de las capas narrativas propuestas por el autor, que ahora se construyen en diversos lenguajes. Además es posible que el receptor aporte información, comente, vote, valore o responda encuestas (Díaz)².

Així doncs, l'usuari té la possibilitat d'escollir el camí que voldrà seguir i el flux informatiu no és totalment substantiu, com passa en els mitjans tradicionals, sinó acumulatiu i els límits els posa el mateix usuari. A més a més, la xarxa permet recuperar aquells continguts que un dia van ser actualitat i permet relacionar-los a través de les etiquetes i paraules claus de cada peça.

Es podria definir el reportatge multimèdia com una peça periodística que segueix el mateix objectiu que el reportatge tradicional - explicar una història i profunditzar en el com i el què - amb la diferència que afegeix i combina elements expressius i narratius - imatge, text, vídeo, gràfics - que complementen i completen la peça. El reportatge multimèdia incorpora els trets essencials de la comunicació a Internet que són la multimedialitat, la hipertextualitat i l'interactivitat i permeten a l'usuari gaudir de més llibertat i crear-se el seu propi camí de navegació.

És interessant recuperar l'explicació que fa Rafael Díaz fa en una guia docent de la Universitat Complutense de Madrid sobre el reportatge multimèdia on s'entén de manera clara i concisa què és el reportatge multimèdia i les possibilitats que aquest ofereix:

Un reportaje multimedia como cualquier reportaje, tiene que tener una estructura y un punto de vista unificador. Los reportajes de prensa, radio, televisión son lineales. El reportaje multimèdia puede tener una estructura lineal o descomponer su estructura en

² Document sense data especificada.

capas y bloques narrativos por los que navegar. Y además, puede ser más o menos interactivo, en el sentido de pedir la participación del receptor para completar su sentido, pidiendo, por ejemplo que el receptor asuma un determinado rol o punto de vista o elija entre las distintas alternativas narrativas.

A més a més, també parla de l'estructura d'aquest, on la majoria de vegades l'interface d'un reportatge multimèdia és la pàgina web, i quan això passa, el text és el gran protagonista. Però també pot passar que l'interface sigui un vídeo interactiu, que per naturalesa serà lineal, que es va obrint per desenvolupar les històries i les situacions del reportatge. Tal com menciona Rafael Díaz, en les estructures més senzilles els elements expressius (text, vídeo, àudio, fotos i gràfics) es juxtaposen, però a mesura que l'estructura es torna més complexa, aquests elements expressius s'interrelacionen oferint una "experiència més immersiva" a l'usuari.

2.7. Característiques del reportatge multimèdia

El reportatge multimèdia sorgeix del reportatge tradicional. És per això que hi ha algunes característiques que comparteixen com a gènere. Però d'altra banda, ha adoptat nous ítems que els diferencien un de l'altre i aporten aquest valor afegit al reportatge multimèdia, que gràcies a les possibilitats de la xarxa s'ha conformat un gènere que indaga encara més en les funcions informatives i interpretatives del reportatge: explicar una història de manera que l'usuari en conegui com més detalls millor.

D'aquesta manera, la temàtica que aborden ambdós gèneres no difereixen i tracten temes d'actualitat - no necessàriament noticiosos - que poden ser de caràcter social, històric, local, d'interès humà, de denúncia, etc. Així doncs, requereix un treball d'investigació profund per tal d'arribar al fons del tema i afavorir una major comprensió (Marrero, 2008:9).

La interpretació és un altre dels trets que comparteixen. La visió subjectiva de l'autor no és tant en els factors de caràcter formal sinó en la funció d'informar, denunciar, interpretar i, sobretot, commoure, un dels propòsits principals del reportatge. El professor Salaverría assegura que la perspectiva interpretativa del reportatge és "immutable, amb independència del mitjà a través del qual es comunica" (Marrero, 2008:9).

Pel que fa als trets formals aquests solen ser semblants en ambdós reportatges. La combinació de frases curtes i llargues, la presència majoritària de l'estructura subjecta -

verb - complement, l'ús del punt i la coma i el predomini de declaracions citades al peu de la lletra de testimonis i experts que participen en la peça. La narració i la descripció també són claus en el reportatge multimèdia. Aquestes, però, no s'afegeixen tant en forma de text gràcies a la presència d'imatges, àudio, fotografies i gràfiques que tenen una força expressiva major. A més a més, tot reportatge multimèdia està encapçalat per un títol, que ha de ser atractiu i atraure l'atenció de l'usuari, així com de subtítols i entradetes que ajudin a entendre i estructurar la peça. En els reportatges multimèdia, aquests són hipertextuals i conformen hipervíncles que porten a l'usuari a una altra part del reportatge. El fet de ser multimèdia i interactiu fa que l'usuari es guiï pels títols i subtítols del reportatge per moure's.

Tot i així, el reportatge multimèdia per la xarxa ha adoptat noves característiques que el fan un gènere encara més atractiu, sobretot per l'usuari que adopta una postura més participativa. Principalment, són 3 els trets que el diferencien del reportatge tradicional:

- A. Multimedialitat. És la combinació de les noves tecnologies en les peces web, és a dir, utilitzar elements com el text, les fotografies, els gràfics, els vídeos, els àudios, etc. i integrar-los amb l'objectiu d'enriquir la peça. No és necessari que aquests apareguin tot junts perquè hi hagi multimedialitat, però sí que és important que hi hagi la combinació d'alguns en un mateix missatge. Així ho explica la periodista Liliam Marrero Santana: "La multimedialidad permite la articulación de todos los códigos de la comunicación en los medios impreso, radial y televisivo. Un producto concebido desde y para el periodismo digital puede articular, como nunca antes, la utilización del texto, las funciones de la música, los efectos, el sonido-ambiente y las voces, con imágenes fijas y en movimiento, diversas en cuanto a los planos, movimientos, ángulos de cámara y transiciones" (Marrero, 2008:4).
- B. Interactivitat. Té en compte la possibilitat d'interacció amb els continguts, és a dir la capacitat que té un actor per actuar sobre el sistema. Aquesta avarca des dels nivells més bàsics d'intercanvi fins a la intervenció activa dels usuaris en el procés: navegació pels nuclis del reportatge, accés a altres llocs, accés a recursos multimèdia, sistemes de recerca, arxius digitals, descàrrega, personalització del lloc, contacte amb els productors i realitzadors, intercanvi i contacte amb les fonts d'informació utilitzades, accés a fòrums de debat, possibilitat de comentari i d'opinió, participació en enquestes i votació, etc. Aquest és un dels ítems que més es treballa per tal de fer a l'usuari el màxim de partícip en la informació. Els recursos interactius a Internet multipliquen les possibilitats de comunicació entre

els propis usuaris i els realitzadors d'aquella informació i també impulsen la comunicació retroalimentada entre els usuaris que ajuden a donar continuïtat a la peça.

"El reportaje posee, cuando menos, dos posibilidades principales de interacción –afirma Salaverría–. La primera atañe a la capacidad de determinar el itinerario hipertextual de lectura: el usuario decide cómo leer el reportaje. La segunda es una interacción de respuesta, en la medida en que, en aquellos cibermedios que tienen habilitada esta opción, el usuario puede comentar las informaciones incluidas en el reportaje". En els reportatges multimèdia actuals sol ser més abundant la primera possibilitat de interacció que explica Salaverría, i se centren més a crear interactivitat a través dels hipervíncles. Tot i així, cada vegada s'està treballant més perquè l'usuari pugui formar part del reportatge creant opinió. (Marrero, 2008:14-15).

- C. Hipertextualitat. Planteja una nova narrativa que es basa en formes d'estructuració multilineals. El reportatge tradicional es caracteritza per la linealitat estructural formada per una introducció, un cos on es desenvolupen els fets i un desenllaç. La hipertextualitat trenca amb aquesta disposició i, en molts casos, descompon la seva estructura en capes i blocs on és l'usuari qui decideix la línia que seguirà i per quin recorregut navegarà per consumir la informació. D'aquesta manera, es treballa amb hipervíncles a partir d'enllaços interns del mateix reportatge - que permeten als usuaris accedir a testimonis, dades, entrevistes, galeria de fotos, infografies, etc; i a moure's per les diferents parts que conformen el reportatge. Aquests elements contribueixen a consolidar la part interpretativa del reportatge. Segons la *Real Academia de la Lengua Española* (RAE), l'hipertext és "text que conté elements, a partir dels quals es pot accedir a altra informació".

A més a més, els reportatges tradicionals solen estar elaborats per un sol periodista. Degut a la complexitat multimèdia, els reportatges que es publiquen als mitjans digitals solen comptar amb un equip de més d'un professional que elabora la informació i s'encarrega de les qüestions tècniques.

2.8. Transmedialitat

En el context actual són diversos els factors que han propiciat l'inici de convergència mediàtica de mitjans del s. XX i principis del s. XXI, com l'aparició d'Internet i la tecnologia digital. Això ha provocat l'aparició de nous models de narrativa multimèdia. Per a

fer referència a aquestes noves narratives audiovisuals s'han utilitzat termes com "crossmèdia, transmèdia o multiplataforma".

Relat multiplataforma

Aquesta és, probablement, la forma més bàsica de la narrativa multimèdia i consisteix a adaptar una història per ser consumida en diferents mitjans o suports tenint en compte la forma i el llenguatge d'aquests (Báñez, 1978).

Crossmèdia

El crossmèdia és una narració integrada que es desenvolupa a través de diversos mitjans i que compta amb diversos autors i estils que els usuaris consumeixen per experimentar el relat complet. "Crossmedia se refiere a experiencias integradas a través de múltiples medios que incluyen Internet, vídeos, televisión, dispositivos móviles, DVD, prensa y radio. La incorporación de nuevos medios en la "experiencia crossmedia" implica niveles más altos de interactividad en la audiencia. (...) Y esta experiencia está conectada a través de varios medios, vinculados por medio de la historia y la interactividad de la audiencia" (Davidson, 2010:8)

La narració crossmèdia es diferencia de la multiplataforma en el fet que no es tracta de la adaptació de la mateixa història en diversos suports, sinó que cadascun d'elles aporta informació diferent i en unificar-los es construeix un relat unitari (Costa, 2012:111).

Transmèdia

La narrativa audiovisual més utilitzada ha estat la transmèdia. Des del pla teòric, el terme va anar prenent forma de la mà de Henry Jenkins, qui el defineix com una història narrativa tan gran que no cap en una sola plataforma i es veu obligat a expandir-se per diferents plataformes i formats construint una narrativa immersiva, integrada i participativa (Jenkins, 2008). Tot i que cada peça es pot consumir de manera individual, totes elles formen part d'un relat global.

Un dels primers exemples fou *The Beast*, un ARG (Alternate Reality Game) que es va crear per promocionar la pel·lícula *Artificial Intelligence*. En veure que el projecte va funcionar grans projectes com *Matrix*, *Star Wars* i *Avatar* es van unir a la narrativa transmèdia (Galán: 2014).

D'acord amb la classificació de José Ignacio Galán (2014) basada amb Jenkins (2008), una narrativa transmediàtica es caracteritza per tenir set principis bàsics que es poden aplicar en el desenvolupament del relat:

- A. Expansió i profunditat (*spreadability vs. drillability*). Jenkins fa referència a expansió com el compromís actiu de l'usuari per fer circular els continguts per les xarxes socials. Els mateixos usuaris generen imputs que es relacionen amb els establerts pels creadors del projecte i ajuden així a multiplicar-ne la repercussió. D'altra banda, la profunditat s'entén com la complexitat que convida a l'usuari/fan a indagar i intentar reunir totes les pistes per tal de tenir una visió més ampla de la història.
- B. Continuitat (*continuity*) entesa com una història sense interrupció i sense fragmentació; i multiplicitat (*multiplicity*) com un món interpretat pels usuaris que deriva a la interpretació per part d'aquests.
- C. Immersió i extracció (*immersion vs. extractability*). En la immersió l'usuari/fan s'endinsa en la història, en canvi en l'extracció, l'usuari/fan exporta parts de la història al seu dia a dia.
- D. Construcció de mons (*seriality*). El principi de serialitat que comporta històries explicades per fragments, permet introduir conflictes que generen expectatives als usuaris/fans i permet el desenvolupament de subtrames i l'aparició d'històries paral·leles amb personatges secundaris en la història. Un exemple serien les trilogies, o els films seriatos.
- E. Subjectivitat (*subjectivity*). Aquesta adquireix un valor fonamental en la narrativa transmèdia, cada usuari/fan interpreta els personatges i la història de la seva manera i s'immergeix i consumeix la trama de manera personalitzada.
- F. Execució (*performance*). Sempre que parlem de narrativa transmèdia estem parlant també de la participació dels usuaris. L'execució busca la manera perquè aquests s'immergeixin i actuïn en la història, així com les estratègies que cal seguir per fer-ho.

2.9. Tipus de reportatges multimèdia

Hi ha diferents tipus de reportatge multimèdia. Guillermo López (2003:468-473), i posteriorment Ramón Salaverría (2005:162-163), en reconeix 3 tipus i parteix de la base que la xarxa permet una major extensió del gènere.

- A. El reportatge d'actualitat. Aquest, és el que té més semblança pel que fa a l'estructura al reportatge tradicional dels mitjans impresos o audiovisuals. "En la práctica, en la mayor parte de las ocasiones, se trata de la mera traslación de

reportajes impresos o de la realización en el caso de los medios exclusivamente digitales, de un reportaje digital que sigue con bastante fidelidad las reglas del reportaje impreso” (López, 2003: 469). Es tracta d’una única peça on hi sol predominar el text sobre els altres recursos multimèdia i sol limitar les opcions d’ús de les eines de la Web 2.0. És a dir, les característiques pròpies del reportatge interactiu, multimedialitat, interactivitat i hipertextualitat són gairebé inexistent. La temàtica pot ser diversa i aborda temes d’actualitat. Busca fer una anàlisi profund sobre un tema específic.

- B. Especial temàtic o reportatge multimèdia. López García (2003: 470-471) defineix quatre característiques principals de l’especial temàtic. Tenen una ubicació comuna, tant en els grans portals com en mitjans digitals i solen estar ubicats en un apartat específic sota una categoria pròpia que sol portar el nom d’“especials”. És un model de reportatge més interactiu i innovador i sol estar distribuït a partir d’apartats i pestanyes. A més a més, utilitza i combina text, imatges, àudio, fotografies, vídeo i infografia. El fet que sigui un reportatge per la xarxa pensat per romandre penjat permet una actualització constant de la informació i de l’evolució dels fets. D’aquesta manera es pot recuperar la informació en qualsevol moment encara que el reportatge fos publicat anys enrere. Per últim, aprofita la multimedialitat, la interactivitat i la hipertextualitat que ofereixen els mitjans digitals i n’aprofita les possibilitats audiovisuals mitjançant l’ús de galeries fotogràfiques, vídeos i infografies interactives i àudio. El reportatge especial temàtic sol abastar un àmbit de l’actualitat molt ampli i pot tractar temes com el resum d’una legislatura, el desenvolupament d’una intervenció bèl·lica, el balanç d’una competició esportiva, etc. A més a més, el tema pot tenir una vigència de mesos i anys sense que arribi a perdre rellevància temàtica ni quedi desfasat en el temps.
- C. Dossier documental. Hi ha reportatges que fan una recopilació d’articles que tracten sobre un mateix tema, normalment aliens en l’actualitat i que sol tractar àmbits més especialitzats. “Cuando un medio ha publicado un buen número de textos –crónicas, entrevistas, columnas de opinión, reportajes...- sobre un asunto informativo de interés público y de actualidad permanente, tiende a reunirlos en un repositorio común. Estos dosieres suelen contar con una breve presentación que contextualiza y presenta toda la información documental disponible” (López García, 2005: 163).

El tipus de reportatge anirà lligat amb el tema i com es vol enfocar. Segons la peça serà necessari realitzar un tipus de reportatge o un altre.

2.10. Pautes per elaborar un reportatge multimèdia

El gènere del reportatge en si requereix una feina exhaustiva de recerca d'informació per profunditzar en el tema que es vol tractar. En els reportatges multimèdia cal afegir-hi una tasca important de coneixement de les eines tecnològiques necessàries per adaptar-lo a la xarxa. És per això, que abans de realitzar un reportatge multimèdia cal conèixer les pautes per fer-ho.

1. Recerca. El primer pas a seguir, i el més important és preguntar-se què i com. És imprescindible tenir delimitat el tema i elaborar un esquema amb els punts més importants a tractar. Cal que preguntar-se què és allò que fa que aquell tema sigui interessant i exprèmer-ho al màxim. Un cop tenim tot això, cal anar a buscar testimonis, experts i situacions que ens aportin dades i informació específica sobre el tema en qüestió.
2. Estructura. Un cop tinguem les declaracions cal anar perfilant quin és el fil narratiu, l'enfocament - des de quina perspectiva s'abordarà el tema -, el punt de vista del reportatge - quin rol adoptem davant el reportatge - i quina estructura permetrà visualitzar-ho més clarament. Cal ordenar tota la informació en blocs narratius coherents i relacionar-los entre ells. És primordial saber quin tipus de reportatge s'adapta més a la temàtica del reportatge per tal de poder elaborar-ne l'esquema. Si s'escull optar per l'especial temàtic cal delimitar, encara més, quin serà el fil narratiu que interrelacionarà les diferents pestanyes per tal d'unificar-lo. És important tenir en compte a l'usuari i no complicar-li les vies per tal que aquest se senti atret per la peça.
3. Espai de navegació. Aquest és un dels elements més importants del reportatge multimèdia. És per això, que cal dedicar temps al disseny i a l'elaboració de l'espai de navegació pensant sempre en la comoditat i l'experiència de l'usuari. Ha d'anar lligat amb el fil narratiu del reportatge i es pot representar d'infinites maneres. El disseny té la intenció d'atraure l'atenció de l'usuari i pot ser decisiu perquè aquest es quedi.
 - *Grau d'interactivitat.* Un altre punt a tenir en compte és el grau d'interactivitat que tindrà la peça. Rafael Díaz n'estableix 3 tipus:
 - Interactivitat selectiva: que s'aconsegueix a partir de la barra de navegació.
 - Interactivitat narrativa: més pròpia de la ficció i que s'aconsegueix donant-li a l'usuari capacitat d'escollir entre diferents possibles desenvolupaments.

- La interactivitat participativa es dóna quan el receptor forma part del reportatge i assumeix un determinat paper.

La interactivitat selectiva es dóna en tots els reportatges multimèdia. En canvi, la narrativa i la participativa se sol donar en peces més complexes. El que mai ha de faltar, segons Rafael Díaz, és la interactivitat dialògica que és la que dóna l'opció a l'usuari de debatre i comentar el tema tractat. És per això que es recomana posar una pàgina dedicada al debat, o incloure enquestes a la peça.

4. Creació. Cal unificar tots els elements citats anteriorment i elaborar el reportatge. És important tenir especial cura amb els aspectes tècnics dels vídeos, fotografies i infografies, i cuidar-ne la qualitat. La complexitat del reportatge multimèdia pot requerir més d'un professional i serà primordial la comunicació entre ells per tal d'unificar-ne tots els punts.

Abans de publicar el reportatge cal comprovar que tot funcioni correctament. Hi ha moltes maneres de fer un reportatge multimèdia i cap serà igual. Amb l'arribada de la multiplataforma és interessant que els continguts s'adaptin a les pantalles de dispositius mòbils, tauletes i ordinadors per facilitar l'experiència a l'usuari.

3. Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi d'aquest treball és el reportatge multimèdia entès com un gènere comunicatiu que es desenvolupa a Internet i, que té com a objectiu narrar de manera extensa i profunda uns fets aprofitant les eines que l'univers digital li proporciona - hipertextualitat, interactivitat i multimedialitat. El nou escenari d'Internet està en constants canvis i encara es troba en construcció. Els reportatges multimèdia són peces molt joves que poden patir, i pateixen, constants transformacions. L'anàlisi d'aquest treball queda emmarcat en el periodisme digital espanyol. Tot i que els països anglosaxons són els que van fer créixer aquest nou gènere i l'utilitzen de manera molt més constant en els seus mitjans digitals, cada vegada té més pes en els mitjans de comunicació del nostre país. És per això que aquest treball se centra únicament en els reportatges multimèdia espanyols i catalans, concretament, peces fetes des del 2010 fins a l'actualitat (2018).

Però no es vol tractar únicament el concepte de *reportatge multimèdia* sinó que es vol explorar la realitat que l'envolta, les característiques que el defineixen i els antecedents històrics que l'han portat fins a on és ara. És per això que cal posar en context i ampliar informació per entendre el reportatge multimèdia en si.

3.1. Objectius

3.1.1. Objectius generals

L'objectiu principal són les característiques que conformen un reportatge multimèdia a través d'una anàlisi exhaustiu basat en la recerca, així com entendre com l'evolució de l'univers digital ha permès la creació i l'adaptació d'aquest gènere als diferents mitjans de comunicació, en l'àmbit nacional. Al llarg del treball es tractarà més a fons el gènere del reportatge multimèdia i es farà una anàlisi amb l'objectiu d'observar la gran varietat de reportatges multimèdia que es poden trobar en els mitjans de comunicació i les múltiples formes que aquests poden adoptar en un mitjà.

3.1.2. Objectius específics

Els objectius específics són:

- Situar contextualment el reportatge multimèdia en la història de la comunicació i en la història del reportatge com a gènere periodístic.

- Conèixer el sorgiment del periodisme digital i l'univers digital dels mitjans de comunicació.
- Definir i enumerar les característiques del reportatge multimèdia.
- Observar les grans formes i possibilitats que ofereix un reportatge multimèdia.
- Extreure les característiques comunes en els reportatges multimèdia analitzats.
- Analitzar la usabilitat i la navegació dels usuaris.

3.2. Preguntes d'investigació

- Hi ha predomini de text en els reportatges multimèdia?
- És fàcil navegar per la web?
- Els elements de text, imatges, àudio, vídeo i gràfics estan ben integrats?
- Hi són presents els gràfics?
- Se li dóna a l'usuari la possibilitat d'interactuar?
- Quina és l'estructura del reportatge?
- El format dels reportatges s'adapta a la multiplataforma?
- És transmèdia el reportatge?

3.3. Mostra

Concretament, s'analitzaran un total de 9 reportatges de diferents mitjans espanyols de caràcter generalista, regionals, de temàtica específica, de diaris gratuïts i de diaris de pagament. S'analitzarà un reportatge de cada any, des del 2010 fins al 2018, per tal de veure el funcionament del gènere als mitjans espanyols i calcular-ne la usabilitat, així com veure l'evolució que ha patit el reportatge multimèdia al nostre país i extreure'n conclusions:

- [“Alhóndiga Biblao”](#), *El Correo* (2010)
- [“Fórmula 1”](#), *ABC* (2011)
- [“Bombardeo Gernika”](#), *El Correo* (2012)
- [“Consulta, atur, espionatge”](#), *Ara* (2013)
- [“Especial muro de Berlín”](#), *20 minutos* (2014)
- [“No saben que estoy viva”](#), *El Diario.es* (2015)
- [“Mi sexo sentido”](#), *Diario de Navarra* (2016)
- [“37 edificios para soñar”](#), *Lab RTVE* (2017)
- [“Carretera fantasma”](#), *El Confidencial* (2018)

S'ha escollit aquesta mostra perquè tots els reportatges que s'analitzen són de mitjans espanyols i escrits en castellà o català. El fet que siguin mitjans nacionals permet fer una anàlisi més proper sobre la situació dels reportatges multimèdia al nostre país. Inicialment, es tenia previst analitzar dos reportatges de *El Mundo*, concretament "Premios Goya" de l'any 2010 i "11-S" de l'any 2011, però un canvi d'eines a la versió web no deixa visualitzar el contingut audiovisual, primordial per la meua anàlisi. D'aquesta manera, s'ha optat per escollir aleatòriament reportatges de diferents mitjans nacionals.

3.4. Metodologia

Aquesta recerca es fonamenta en el disseny qualitatiu com a mètode d'obtenció de dades, així doncs, les categories d'anàlisi sorgeixen de la bibliografia prèvia que ja ha treballat el tema en qüestió. S'utilitza una revisió bibliogràfica basada en la recerca i la recopilació d'informació ja existent per conèixer l'estat de la qüestió. Així doncs, s'ha fet una cerca exhaustiva sobre els conceptes relacionats amb el reportatge tradicional per tal d'entendre'n les característiques, i sobre la narrativa transmèdia i l'univers digital per comprendre el context en què sorgeix el reportatge multimèdia. A més a més, també s'ha realitzat una cerca d'autors que han tractat de manera específica el reportatge multimèdia a nivell mundial, tant en l'àmbit internacional com en l'espanyol i el català per tal d'augmentar l'obtenció d'informació. Tots els treballs, investigacions, llibres i escrits utilitzats es troben correctament nomenats en l'apartat *Biografia* al final d'aquest treball.

És per això que s'ha fet una investigació aplicada a partir de la qual s'han elaborat una síntesi del material existent i a partir d'aquí es plantegen idees noves. Tot això s'ha fet a partir d'un estudi del tipus explicatiu que té com a objectiu entendre els perquès del sorgiment d'aquesta nova narrativa transmèdia i estudiar-ne els reptes als quals s'enfronten.

Finalment, s'ha fet una anàlisi descriptiu i comparatiu de diferents reportatges multimèdia a nivell nacional tenint en compte els paràmetres característics del reportatge multimèdia i amb l'objectiu d'estudiar les grans possibilitats que aquests ofereixen i poden adoptar, el grau d'usabilitat i les característiques comunes que comparteixen els reportatges analitzats.

3.5. Criteris

L'anàlisi serà de mitjans de comunicació variats, de caràcter generalista, de temàtica específica, diaris de pagament i diaris gratuïts per tal de treure conclusions més específiques i posar en relació els reportatges multimèdia segons el tipus de mitjà publicat. D'aquesta manera es pretén veure si hi ha semblances i/o diferències notables entre els reportatges dels diferents tipus de diaris, i en cas que n'hi hagi vist de quin tipus són i quins en podrien ser els motius, així com observar els elements en comú que comparteixen. Es posarà especial èmfasi en respondre les preguntes d'investigació formulades.

Els criteris d'anàlisi són els següents:

1. Els elements que integren el reportatge multimèdia. El fet de ser un reportatge de caràcter multimèdia fa que aquest contingui elements de vídeo, fotografies, infografies, text, àudio, imatges estàtiques, imatges en moviment. D'aquesta manera es vol fer una anàlisi dels reportatges tenint en compte el grau de multimedialitat de cadascun. Així doncs, es posarà especial atenció en com integra cada reportatge aquests elements i l'ús que en fa per veure si estan compensats o, si al contrari, predomina un sobre l'altra.
2. Estructura. Un dels aspectes que també es vol analitzar és si els reportatges segueixen una estructura lineal i a mesura que vas avançant en la pàgina es va descobrint la peça amb els elements corresponents o, si al contrari, el reportatge multimèdia està dividit en pestanyes temàtiques i cal anar movent-se per cada secció per anar descobrint les diferents parts del reportatge multimèdia.
3. El grau d'interactivitat que se li dona a l'usuari. Un dels objectius del reportatge multimèdia és que l'usuari pugui recórrer per aquest amb la màxima llibertat i que sigui ell qui esculli el recorregut que vol prendre pel reportatge. Tot i així, el grau d'interactivitat ve donat pel mateix reportatge. És per això que es vol analitzar si l'usuari es troba en un camí més aviat tancat on el recorregut ja ve marcat o es pot moure lliurement escollint ell els camins que més l'interessen l'ordre amb què vol visitar cada part del reportatge.
4. La usabilitat. La facilitat que té l'usuari per navegar pel reportatge. El fet que el grau d'interactivitat sigui tan elevat pot comportar que l'usuari trobi dificultats per navegar pel reportatge. Això pot passar, sobretot, quan els camins no estan tan marcats i l'usuari té més llibertat. Si un reportatge té moltes pestanyes i molts camins pot provocar que l'usuari es perdi peces imprescindibles d'aquest i no entengui la totalitat del reportatge. A més a més, perdrà l'interès i abandonarà la pàgina. Així doncs, es vol analitzar la usabilitat, entesa com la facilitat en què

l'usuari pot utilitzar una eina fabricada per altres persones amb la finalitat d'aconseguir un objectiu.

5. Multiplataforma. Un dels aspectes a tenir en compte en el món digital és la multiplataforma. Actualment, la informació es consumeix des de diferents dispositius: ordinador, mòbil i tauleta. D'aquesta manera es vol mirar si el contingut dels reportatges multimèdia és adaptable al dispositiu utilitzat i si varia l'experiència de l'usuari depenent de la plataforma que utilitza, posant especial atenció en si es perd interacció.
6. Transmedialitat. Veure si els reportatges analitzats formen part d'una narrativa transmèdia i guarden relació amb altres peces d'altres mitjans conservant la independència narrativa. És a dir, observar si la història que s'explica al reportatge es complementa amb l'explicada a altres mitjans comunicatius.

Tots aquests aspectes ens ajudaran a entendre en quin punt ens trobem en el reportatge multimèdia actualment i com ha evolucionat en l'àmbit espanyol al llarg dels anys a nivell d'interacció i d'elements utilitzats. Cada vegada són més els mitjans espanyols que s'animen a utilitzar aquest tipus de peces, tot i la complexitat que comporten, gràcies a l'evolució tecnològica. L'usuari es va tornant més participatiu i té més llibertat a l'hora de consumir i crear continguts.

3.6. Limitacions

Aquest treball ha permès conèixer més a fons el reportatge multimèdia i els elements que l'integren, especialment en l'àmbit espanyol, ja que s'ha centrat a analitzar reportatges de mitjans nacionals.

La principal limitació amb la qual compta aquest treball és la llibertat estructural dels reportatges multimèdia. Aquest tipus de peces estan creades per ser consumides a través d'Internet i les possibilitats que ofereix aquest espai són infinites. Això provoca que cada reportatge multimèdia segueixi una estructura completament diferent i que no n'hi hagi cap d'igual. Així doncs, les conclusions que s'extreuen només són vàlides en aquest treball. El nombre de casos mostrals recollits i analitzats és limitat i la qual cosa provoca que els resultats siguin aplicables només en aquests reportatges multimèdia. Si s'hagués escollit una mostra diferent, aquests variarien considerablement.

El fet d'haver seleccionat reportatges de diferents mitjans no ens permet veure l'evolució que ha patit el reportatge multimèdia des del 2010 fins al 2018. Si pel contrari, s'hagués

optat per analitzar un total de 10 peces d'un mateix mitjà, s'haurien pogut extreure conclusions comparatives i s'hauria pogut parlar de l'evolució que està patint aquest gènere.

Finalment, que l'anàlisi comenci el 2010 ha complicat la tasca de recerca de reportatges, ja que fa una dècada eren pocs els mitjans nacionals que produïen aquest tipus de peces, això ha dificultat la tasca de recerca i ha obligat a repetir el mitjàw basc *El Correo* en l'anàlisi. A mesura que s'avança en el temps, cada vegada són més els mitjans de comunicació que produeixen reportatges multimèdia.

4. Anàlisi de reportatges multimèdia

4.1. [La nueva Alhóndiga](#)

Fitxa tècnica:

Títol del reportatge:	La nueva Alhóndiga
Mitjà:	<i>El Correo</i>
Any de publicació:	2010
Idioma:	Castellà
Autors:	No especificat
Temàtica:	Cultura
Enllaç web:	http://info.elcorreo.com/bilbao/inauguracion-alhondiga/

Sinopsis:

El reportatge tracta sobre el nou ús que se li donarà a l'Alhóndiga de Bilbao. Antigament, era un magatzem de vins i d'olis, però des del 1977 que va quedar en desús després del seu tancament. Després d'anys de projectes fallits, de dubtes i de llargues obres per rehabilitar la zona, es converteix en un espai multiús dedicat a la cultura i a l'oci amb sales de cinema, auditori, sales d'exposicions, restaurant, un gimnàs, dues piscines, etc. El reportatge vol donar visibilitat a aquest nou edifici i a les funcions que finalment acaba tenint després de la seva inauguració l'any 2010 i nodreix la peça de fotos i gràfics que mostren els diferents espais amb els quals compta, així com la transformació que ha patit aquest emblemàtic edifici de la capital basca.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

En el reportatge el text hi té molt pes. S'utilitza per explicar la història de l'Alhóndiga i entendre les claus del nou edifici i el procés pel qual ha passat. El fet que sigui un diari autonòmic, fa que molts lectors d'altres comunitats autònomes no coneguin la història que hi ha darrere d'aquest edifici tan emblemàtic. Això obliga al diari a contextualitzar. D'aquesta manera, utilitza el text per fer una petita introducció de com s'ha arribat fins al moment actual, passant pels projectes fallits als quals s'ha hagut d'enfrontar. L'Alhóndiga és present i futur, però també és passat, és per això que el reportatge dedica temps a mirar enrere i explicar els inicis de l'edifici i les fites importants. També utilitza l'element textual per explicar la peculiaritat de les columnes, un dels aspectes més cridaners de l'edifici. A més

a més, també s'informen de les dades d'interès com el calendari d'inauguració de les sales, els preus, la direcció i els accessos amb transport públic.

Un aspecte a destacar del reportatge són les petites entrevistes que es mostren en l'apartat "Artífices". N'hi ha un total de 5, 4 de les quals en text a persones que tenen a veure directament amb la construcció del nou edifici:

- Philippe Starck: entrevista al dissenyador de la nova Alhóndiga.
- Thiabut Mathieu: entrevista al creador del logotip i responsable de la marca corporativa de l'edifici.
- Ricardo Pérez: cuiner de la nova Alhóndiga.
- Marian Egaña: consellera delegada de l'Alhóndiga que porta treballant en el projecte des del 2004.

Un apartat interessant que aporta una mirada més propera, i permet als lectors i ciutadans endinsar-se una mica més en el projecte.

Àudio

Només apareix en una ocasió. Anteriorment, s'ha mencionat que el reportatge contenia 5 entrevistes, 4 de les quals en format text. La restant està feta a través d'àudio, i correspon a una entrevista a la consellera delegada de l'Alhóndiga Bilbao, Marian Egaña, feta per Alumdena Cacho a través de *Punto Radio*. Té una durada de 9 minuts i 23 segons i es va dur a terme el 18 de maig del 2010. És una entrevista que aporta molts detalls als ciutadans, sobre quins serveis se'ls hi donarà i com funcionarà el nou edifici. També s'hi aporta els detalls de la inauguració.

Vídeo

El vídeo també apareix en el reportatge. En concret n'hi ha 6 que es mostren a l'apartat "En vivo":

- "Conoce la Alhóndiga": vídeo que té una durada d'1 minut i 17 segons i que mostra l'edifici des de l'interior explicant les sales que albergarà. En les imatges es veu l'emblemàtic edifici des de l'interior, amb alguns espais inacabats, mentre el periodista relata com serà el nou edifici i en dóna detalls com la superfície i l'arquitectura que ha estat davant del projecte. El que fa és posar en vídeo tot el que s'ha explicat anteriorment a través de text, però ajuda a l'usuari a fer-se una idea visual de la nova Alhóndiga.
- "La inauguración": vídeo sobre la inauguració on es poden veure a l'alcalde de Ilavors Iñaki Azkuna, juntament amb l'arquitecte de l'edifici presidint l'acte.

- “Visita virtual”: visita virtual a través de Google Earth que mostra la situació del nou edifici acompanyada d’una visita en 3D de l’Alhóndiga de Bilbao des de l’exterior. El vídeo, que té una durada d’1 minut 42 segons i que només va acompanyat de música permet a l’usuari veure una maqueta real del projecte des de l’exterior.
- “101 años de historia”: Audiogaleria de la història de l’Alhóndiga amb fotografies històriques de l’edifici.
- “Trabajos en la Plaza Arriquibar”: vídeo on es mostra la transformació que ha patit la plaça Arriquibar degut a la reforma de l’Alhóndiga.
- “La directora”: entrevista, una vegada més, a la directora Marian Egaña, que parla sobre el projecte de transformació de l’edifici, que ha passat de ser un magatzem de vins a un modern centre d’oci, esport i cultura. Al final, no deixa de repetir el mateix en les entrevistes que se l’hi fan al reportatge i es podria prescindir d’alguna.

Fotografia

Les fotografies tenen dues funcions:

- Acompanyar a altres elements. Moltes de les fotografies que apareixen al reportatge s’utilitzen per donar suport al text i donar visualitat allò que s’està explicant a través de paraules.
- Galeria. El reportatge inclou una categoria anomenada “fotos” formada per un total de quatre galeries fotogràfiques dividides per temes:
 - “La inauguración”: amb un total de 19 fotografies sobre el dia de la inauguració de l’edifici, amb els assistents i les autoritats que van presidir l’acte.
 - “El nuevo edificio”: amb un total de 31 fotografies que mostren l’edifici per dins i per fora. La majoria de fotos mostren imatges de l’edifici en construcció amb els mateixos constructors, i tot i que sí que es poden veure alguns detalls del nou edifici, hauria estat interessant que en aquesta galeria s’hi incoessin imatges de l’Alhóndiga ja acabada, ja que dóna una imatge més neta a l’usuari. Moltes de les fotos es podrien posar en la categoria “Las obras”.
 - “La vieja Alhóndiga”: galeria formada per 16 imatges antigues en blanc i negre que mostren l’edifici original de l’època. Una categoria interessant, ja que en tot moment s’ha estat parlant de la transformació de l’edifici però no s’ha mostrat cap imatge de l’edifici original i

permet a l'usuari entendre millor el procés de canvi al qual s'ha sotmès.

- “Las obras”: amb un total de 22 fotografies que mostren el procés de canvi. És interessant poder visualitzar com s'ha anat transformant l'edifici tant des de fora com des de dins, això ajuda a l'usuari a fer-se una idea del canvi que ha patit l'Alhóndiga. Moltes vegades aquest procés es passa per alt i es mostra directament el canvi de l'abans i el després, sense passar pel procés.

Infografia

En total es podria considerar que hi ha dos gràfics. El primer es troba en la primera pestanya – “La nueva Alhóndiga” - i es presenta amb el títol “gráfico”, cosa que ja avança el contingut. Aquest gràfic és estàtic i mostra les seccions que tindrà l'edifici. És un gràfic molt complet i molt útil pels usuaris perquè els dona una imatge visual de la distribució de l'espai i de les sales, tot i així, és una infografia amb molts detalls i la resolució de la imatge no permet apreciar-lo del tot bé. Tot i que hi ha la possibilitat d'ampliar-lo, quan s'obre no va directament a la imatge sinó que s'obre una pestanya amb tots els gràfics de *El Correo*, ordenats per ordre de publicació (de més nou a més vell). Això dificulta la tasca de l'usuari, sobretot tenint en compte que el reportatge es va publicar el 2010.

A més a més, en la pestanya “transformación” s'hi pot trobar un gràfic interactiu – ja que l'usuari escull quan vol passar a la següent fase - on es mostra la transformació exterior que ha patit l'Alhóndiga des que va deixar de ser un magatzem fins a la construcció del nou edifici. També, hi ha una petita descripció dels espais que s'hi ha construït. En l'última imatge, es mostra la superfície que ocuparà cada espai. És un gràfic que no deixa d'aportar més detalls al lector sobre la transformació que ha patit l'Alhóndiga.

b. Estructura

El reportatge segueix una estructura circular a base de categories i subcategories que ajuden a estructurar i separar les diferents temàtiques del reportatge. El fet que s'hagi seguit aquesta estructura ajuda a l'usuari a fer-se una idea a primera vista, sobre els temes que tractarà el reportatge i li dona l'oportunitat de seleccionar-los sense necessitat de llegir-se tot el reportatge. Només obrir la pàgina es veu una foto principal de l'interior de l'Alhóndiga que ocupa gran part de

la pantalla amb les diferents categories a la part superior. En total n'hi ha 5 amb les respectives subcategories:

- “La nueva Alhóndiga”
 - “Un nuevo edificio”
 - “Gráfico”
 - “Las columnas”
 - “Almacén de vinos”
 - “Hitos”
 - “Datos de interés”
- “Transformación”
- “Artífices”
 - “La inauguración”
 - “El diseñador”
 - “La imagen”
 - “El cocinero de la Alhóndiga”
 - “Testimonio”
- “Fotos”
 - “La inauguración”
 - “El nuevo edificio”
 - “La vieja Alhóndiga”
 - “Las obras”
- “En vivo”
 - “Conoce la Alhóndiga”
 - “La inauguración”
 - “Visita virtual”
 - “101 años de historia”
 - “Plaza Arriquibar”
 - “La directora”

Els títols s'adeqüen al contingut de cada pàgina i subpàgina, tot i que en algun apartat l'ordre de col·locació no segueix cap lògica, com per exemple l'apartat de fotografies on primer apareixen les imatges de la inauguració, després les del nou edifici, seguidament les de la vella Alhóndiga i a continuació les de les obres. Hauria estat interessant ordenar-les per ordre cronològic, ja sigui de més vell a més nou o a la inversa

c. Grau d'interactivitat que se li dona a l'usuari

El grau d'interactivitat d'aquest reportatge és baix. L'usuari no té opció de comentar ni de participar en la peça. Tot i que és un reportatge que està molt enfocat al públic, ja que en tot moment facilita als usuaris tot tipus d'informació d'horaris i d'espais de la nova Alhóndiga, no se li dóna la possibilitat de poder formar part del reportatge ni a través de comentaris a la peça ni a través de grups de debat. Tampoc es pot compartir el reportatge a través de les xarxes socials, ja que no hi ha cap enllaç directe per fer-ho. Es podria justificar aquest fet que el 2010 l'impacte de les xarxes socials no era tant com l'actual, tot i així hauria estat una bona manera de poder connectar més de prop amb els usuaris.

d. Usabilitat

Poder navegar per “La nueva Alhóndiga” no és una tasca complicada pels usuaris. El fet que estigui ordenat per categories i subcategories estructura el reportatge i fa que el lector en tot moment sigui conscient de l'apartat que està consumint. A més a més, la bona utilització dels elements multimèdia ajuda a millorar la usabilitat, ja que estan integrats al reportatge i s'integren per millorar l'experiència de l'usuari. Tot i així, a vegades aquests elements no aporten informació extra.

El camí que ha de seguir l'usuari és lliure, però està ben marcat per tal que si aquest només està interessat en una part de la informació, la pugui consumir sense necessitat de llegir-se tot el reportatge. Un aspecte molt positiu de cara a la usabilitat.

e. Adaptació a la multiplataforma

Aquest reportatge no està adaptat a la multiplataforma. Tot i que es pot consumir des de diferents dispositius com l'ordinador³, el mòbil i la tauleta, la disposició és la mateixa en tots. No és el mateix una pantalla d'ordinador que té una mida aproximada de 16' – sempre depenent de l'ordinador – que la pantalla d'un mòbil que fa 4,7' – mida de l'*iphone* 6; així com tampoc és el mateix consumir-ho en una pantalla d'orientació horitzontal pròpia dels ordinadors, que en una vertical – amb possibilitat de rotació – present als mòbils i tauletes.

³ Veure Imatge 1 de l'annex.

Quan es consumeix el reportatge multimèdia a través d'un dispositiu mòbil⁴ aquest apareix sense cap modificació de disseny ni adaptació respecte a l'ordinador. Això complica la lectura que obliga a l'usuari a fer servir el zoom.

4.2. [Formula 1](#)

Títol del reportatge:	Formula 1
Mitjà:	ABC
Any de publicació:	2011
Idioma:	Castellà
Autors:	No especificat
Temàtica:	Esports (motor)
Enllaç web:	http://especiales.abc.es/especiales/f1/2011/

Sinopsis:

Reportatge multimèdia sobre la Formula 1 de l'any 2011, conformat per notícies, informació específica dels circuits, classificació, curses en directe, pilots, escuderies i palmarès. Un reportatge esportiu sobre aquest esport de motor que va guanyar Sebastian Vettel i l'espanyol Fernando Alonso va quedar 4t.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

A la portada apareixen tot un recull de titulars amb notícies organitzades en forma de diari digital amb les últimes notícies publicades. En aquest apartat ara apareixen sempre les mateixes notícies, ja que la competició es va disputar el 2011, però la idea inicial era que hi anés apareixent l'actualitat, ja no tan vinculada a notícies de la carrera, sinó a prèvies i a entrenaments. Per aquesta funció hi ha la pestanya notícies on hi ha un recull de totes les peces que es van publicar al llarg de la temporada, un total de 224.

El text també hi és present en els directes. El reportatge va deixar un apartat a explicar cada cursa en directe a través de breus explicacions de la situació en

⁴ Veure Imatge 2 de l'annex.

curra minut a minut. Una bona manera d'enganxar a aquells usuaris que no podien visualitzar la carrera en directe, molt pròpia actualment dels partits de futbol, però que llavors no era tan comú. Aquí, també hi ha només la narració de l'última carrera de Brasil.

Finalment, en la categoria de pilots hi ha una breu explicació de la trajectòria de cada competidor –en total 24– des dels seus inicis fins a l'actualitat del 2011, passant per trets més personals de cadascun. El mateix passa amb les escuderries que corrien llavors el mundial.

Àudio

L'àudio no apareix de manera independent sinó que acompanya a imatges i vídeos, tant a través del so en directe com a través de música extradiegètica.

Vídeo

El vídeo apareix en dues categories: "Pilotos" y "Escuderías". La seva funció és acompanyar la descripció que es fa de cada pilot o marca de cotxe, i són extrets de la plataforma *YouTube*. Cada pilot compta amb un total de 3 vídeos, però no se segueix un ordre temàtic en cadascun, sinó que cada vídeo és diferent dependent del corredor al qual es fa referència. La majoria de vídeos no contenen explicació, és a dir, no aporten dades noves i l'àudio està format a través del so en directe o de música extradiegètica. N'hi ha d'altres que contenen veu en off o estan conformatats per entrevistes fetes als pilots, però no estan traduïts al castellà. El pilot que compta amb vídeos que aporten més informació és en Fernando Alonso, fet que fa pensar que en ser un pilot espanyol hi ha més possibilitat de trobar-ne. A més a més, alguns són galeries d'imatges dels pilots acompanyats de música de fons.

D'aquesta manera, els vídeos no són propis i això fa que en alguns casos no aportin informació sinó que tinguin una funció més estètica.

Fotografia

Les imatges tenen una funció estètica i acompanyen el text. Hauria estat bé incloure al reportatge una galeria d'imatges amb fotografies de les curses per tal d'aportar més visibilitat a la peça. L'apartat de pilots està acompanyat d'una fotografia de cada corredor per tal de poder identificar-los visualment, així com passa a les escuderries.

Infografia

Els gràfics tenen molt de pes en aquest reportatge multimèdia. Apareixen en la categoria de “Circuitos” on es mostra un gràfic interactiu de tots els circuits de la temporada amb les corbes marcades amb un punt vermell que quan es passa el ratolí per sobre aporta informació sobre els km/h recomanats per fer-la, quina marxa s’ha d’utilitzar i quina força g. A sota de cada circuit hi ha una fitxa tècnica amb el país, el telèfon, la ciutat, la data en què es dugué a terme la carrera l’any 2011, la longitud del circuit, el recorregut de la carrera, el rècord de la volta ràpida amb els minuts i el pilot que la va fer, l’any en què es va fer el primer Gran Premi, l’aforament, el nombre de voltes que es fa al llarg de la carrera, la velocitat màxima i la persona que ocupa el lloc de direcció. A més a més en la pestanya següent, apareix una taula amb la classificació final del Mundial del 2011. Tot i que els colors que l’acompanyen fan que els noms no siguin gaire visibles.

En l’apartat de “Directo” hi ha una graella de cotxes que mostren la classificació de la carrera, així com en la part inferior hi ha una taula amb els resultats finals i el temps de cada pilot. Aquests, en la seva categoria, també estan representats a través d’una fitxa tècnica on es mostra el nom, l’escuderia, la data de naixement, l’altura, el pes, la nacionalitat i un resum de les 5 últimes temporades del pilot on s’informa de les escuderies on ha estat, el lloc que ha aconseguit als mundials aquell any, el nombre de victòries, els podis, els Gran Premis realitzats i les “poles” – primer lloc de sortida de la carrera. El mateix passa amb les escuderies acompanyades d’una fitxa tècnica amb els pilots que la formen i els èxits aconseguits en els últims 12 anys. Finalment, a l’última pestanya hi ha un requadre amb tots els guanyadors, i les respectives escuderies, del Mundial de la Fórmula 1 des del 1950 fins al 2010.

Aquest és un reportatge multimèdia que dona molta importància als gràfics i a les taules, ja que en tractar-se d’un esdeveniment esportiu cal donar molta importància al tema de les dades, i una bona manera de fer-ho és recórrer a les fitxes i als gràfics.

b. Estructura

El reportatge segueix una estructura a través de pestanyes, que permeten a l'usuari saber en tot moment què és allò que consumirà. En total n'hi ha 8 molt ben remarcades visiblement a la part superior:

- “Portada”: on apareixen les últimes notícies.
- “Noticias”: recull de totes les informacions que s’han anat publicant al llarg del Mundial de Formula 1 de l’any 2011. En total hi ha 224 articles publicats ordenats cronològicament.
- “Circuitos”: llistat de tots els circuits amb la respectiva fitxa tècnica i amb el gràfic d’aquest per tal que l’usuari conegui en detall cada carrera.
- “Classificación”: taula classificatòria dels pilots del Mundial del 2011.
- “Directo”: apartat amb la narració minut a minut de cada carrera.
- “Pilotos”: on es mostren tots els pilots amb una breu fitxa tècnica i biografia de cadascun.
- “Escuderías”: que segueix el mateix format que l’apartat de pilots.
- “Palmarés”: amb una taula amb tots els guanyadors del Mundial de Fórmula 1 des del 1950 fins al 2010.

Aquest tipus d’estructura no lineal facilita la tasca al consumidor del reportatge multimèdia, ja que el fet que els continguts estiguin ordenats per categories fa que aquest no hagi de consumir tot el reportatge per trobar-se amb la part que l’interessa, o bé que sigui el mateix usuari qui decideixi l’orde amb el qual el vol consumir.

c. Grau d’interactivitat que se li dóna a l’usuari

El grau d’interactivitat que se li dóna a l’usuari en aquest reportatge és elevat. En l’apartat de notícies, predominades per l’element text, hi ha la possibilitat de compartir i de recomanar cadascuna a través de *Facebook* i *Twitter*, així com també imprimir-la o enviar-la a un altre usuari a través de les xarxes socials. A més a més, en cada apartat a la part dreta hi ha una columna de *Twitter* on llavors es podia anar seguint els últims *tweets* que havia fet la pàgina amb el més destacat. En ser un reportatge del 2011, aquesta columna ja no està en funcionament. A més a més, el plànol interactiu dels circuits permet a l’usuari descobrir les dades tècniques de les corbes mitjançant l’*scroll*, sense necessitat d’esperar que es vagin reproduint automàticament. És a dir, és el consumidor qui decideix quins circuits l’interessen i quines corbes.

Aquest reportatge inclou un fet més novell i important per atraure lectors, que és retransmetre les curses en directe minut a minut. Això fa que tots aquells que no poden visualitzar la carrera en directe a través de la televisió o escoltar-la per la ràdio, optin per seguir-la mitjançant una narració escrita en directe.

Finalment, en la categoria de pilots, a la part dreta, hi apareix una enquesta per tal que els usuaris votin quin serà el millor debutant de la temporada. Tot i que aquesta encara està oberta al públic cal tenir en compte que el reportatge tenia vigència el 2011, i que l'enquesta ja no seria vàlida actualment. Tot i així, és una bona manera de fer participar a l'usuari en el reportatge multimèdia.

d. Usabilitat

Consumir aquest reportatge no comporta pèrdues ni complicacions. El fet d'estar molt ben estructurat a través de pestanyes molt visibles a la part superior, i de ser un reportatge molt net sense càrrega d'informació fa que la navegació sigui eficient. Les llistes de pilots i d'escuderies estan molt ben ordenades a través de fotografies, i això fa que sigui agradable consumir la informació. Només hi ha un fet a millorar, i és que la taula de classificacions del Mundial és de difícil lectura degut a que el color de les lletres es confon amb el fons i requereix un esforç visual per consumir la informació. Hauria estat adequat que s'hagués optat per un color blanc per la tipologia que contrastés amb el fons fosc. Convé destacar, també molt positivament, la manca d'anuncis publicitaris que a vegades poden distreure al lector i sobrecarregar la pàgina. Cada pàgina segueix la mateixa estructura i això fa que l'usuari se senti còmode consumint el reportatge.

e. Adaptació a la multiplataforma

Tot i que el contingut es visualitza en diferents plataformes, la pàgina adopta la mateixa forma que a l'ordinador⁵. Hauria estat convenient crear una adaptació del reportatge pels dispositius mòbils i tauletes⁶.

⁵ Veure imatge 3 de l'annex.

⁶ Veure imatge 4 de l'annex.

Un fet a tenir molt en compte és que els gràfics interactius dels circuits no es poden consumir a través de dispositius mòbils i tauletes, ja que apareix un missatge informat que el contingut no és compatible. Tot i així, cal tenir en compte que el 2011 la majoria de peces es consumien a través de la pantalla de l'ordinador i eren molt poques les persones que tenien el privilegi de tenir un mòbil amb connexió a Internet. És per això que és comprensible que tot i que el reportatge es pot consumir en la multiplataforma, aquest no s'hi adapti.

4.3. El bombardeo de Gernika

Títol del reportatge:	El bombardeo de Gernika
Mitjà:	<i>El Correo</i>
Any de publicació:	2012
Idioma:	Castellà
Autores:	F.G. Baptista, J.M. Benitez, G. De las Heras, Itxaso Tellaetxe, Josú Garcia, Ander Carazo, Jon Garay, Julio Arrieta, Jesús J. Hernández i Luis Alfonso Gámez
Temàtica:	Política
Enllaç web:	http://www.elcorreo.com/bombardeo-ger-nika-durango/

Sinopsis:

El bombardeig de Gernika, que es va produir el 26 d'abril del 1937, va ser l'atac aeri que va dur a terme la Legió Còndor contra la població basca durant la Guerra Civil Espanyola, i va ser un dels atacs amb més repercussió de la guerra. El reportatge de *El Correo* vol commemorar aquest atac 75 anys després realitzant un reportatge que recopila històries, imatges i vídeos de l'atac. Profunditza en el bombardeig aportant vivències de testimonis, gràfics i plànols que ajuden a posar en context i entendre la situació que va viure la ciutat basca el 1937.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

És el que predomina més a la pàgina principal on un recull de titulars conviden a anar descobrint la història. En fer clic en aquests, s'obra una pestanya on aquesta es desenvolupa a través de text acompanyat d'una imatge o un vídeo,

que adopten, principalment, la forma de reportatge i crònica. El text té la funció d'explicar la història, ja sigui dels avions de la Legió Còndor, dels bombardejos o de com ho va viure la ciutat. El text hi és present sobretot en la primera pestanya de "El bombardeo" i també en els peus de foto o en els peus de galeria que resumeixen el contingut visual. Els articles que apareixen són els següents:

- "Un brutal bombardeo contra la población civil arrasa Gernika": crònica de l'endemà del bombardeig que explica com es va produir l'atac.
- "Vi caer a mucha gente en el mercado": testimonis que relaten com van viure l'atac en directe.
- "Los aviones devastan Durango": crònica del bombardeig a Durango.
- "Legión Cóndor, la máquina del terror": reportatge que explica en detall l'origen de la Legió Cóndor i com alemanya va ajudar Franco amb armament aeri.
- "La guerra en Euskadi antes del bombardeo": reportatge escrit que explica la situació del País Basc des que va esclatar la guerra fins que hi va haver el bombardeig a Gernika.
- "La verdad desenterrada": reportatge que explica com el corresponsal George Steer va desvelar la participació alemanya en el bombardeig i va fer arribar l'atac als mitjans internacionals.
- "Otras Gernikas": peça sobre altres ciutats que han patit atacs aeris similars al de Gernika.

Àudio

L'àudio no hi és present per si sol al reportatge i només apareix en forma de vídeo. El fet de poder mostrar amb imatges i vídeos els fets fa que l'àudio no tingui sentit dins del reportatge.

Vídeo

El vídeo també hi és present en el reportatge. D'una banda hi ha un recopilatori de 8 testimonis que van sobreviure al bombardeig que són entrevistats pel mitjà *El Correo* – en vídeos que duren entre 28 segons i 4,10 minuts - i que expliquen on es trobaven i com van viure l'atac de la ciutat basca. D'altra banda, hi ha un conjunt de vídeos que complementen i ajuden a explicar el bombardeig i tot el que va comportar:

- "Ataque a Gernika": apareixen imatges de la pel·lícula "Gernika, el bombardeo" produïda per Idem 4 i que se centren en la figura del periodista George L. Steer, qui va escriure un article al *New York Times* sobre l'atac

a la ciutat basca i va ajudar a que el bombardeig tingués ressò mundial. Té una durada de 6,28 minuts. El vídeo ajuda a recrear l'atac de l'aviació italiana a través de la ciutat actual utilitzant ubicacions reals i combinades amb imatges de l'aviació de l'època. Els fets els relata Imanol Villa. Un vídeo que ajuda molt a l'usuari a entendre detalladament com es va produir el bombardeig gràcies als detalls que aporta.

- "Legión Cóndor": vídeo de 8,41 minuts amb vídeos en blanc i negre de la Legió acompanyat de música instrumental.
- "Los supervivientes": repeteix els mateixos vídeos que apareixen en l'apartat de testimonis.
- "Zerua zutik dator!": tràiler documental del vídeo-homenatge de la Diputació Foral de Bizkaia. Un vídeo de 1,41 minuts que deixa a l'usuari amb ganes de veure el documental complet.
- "Gernika gogoratuz": vídeo de 4 minuts que explica la història de la ciutat de Gernika.
- "Los niños de la guerra": vídeo que parla de la situació que van viure els nens durant la guerra a través de testimonis amb imatges d'arxiu.
- "La guerra en el mar": es mostra la guerra a través del mar.
- "Guernica 1950, parte 1 y parte 2": pel·lícula documental en blanc i negre dirigit per Alain Resnais i Robert Hessens sobre els fets de Gernika on es dóna importància a la pintura de Pablo Picasso representant l'atac.

Fotografia

El reportatge té un apartat d'imatges on es troben un total de 6 galeries d'imatges que fan referència al bombardeig i que porten com a títol:

- "El bombardeo de Gernika": amb un total de 4 fotografies de l'atac a la ciutat basca.
- "Los aviones arrasan Durango": una galeria de 9 fotografies del municipi de Durango, que també es va veure afectat pel bombardeig.
- "Los gudarís": fotogaleria de 13 imatges de gudarís, denominació utilitzada per fer referència a l'exèrcit basc creat durant la Guerra Civil que va reunir a milicians, ertzaines, requetés i soldats professionals
- "El frente Norte": recull de 14 imatges variades de la Guerra Civil a Euskadi.
- "La Legión Cóndor": un total d'11 fotografies de la Legió Còndor i de la seva aviació.

- “El cuarto poder”: 9 fotografies de mitjans de comunicació internacionals parlant del bombardeig de Gernika.

Les fotografies són molt importants en el reportatge, per tal que l'usuari visualitzi allò que se li està explicant. En tractar-se d'un fet que va passar durant la Guerra Civil, l'ús de les imatges de l'època ajuden a complementar i a aportar informació real a tot allò que s'ha explicat a través de text. L'ús de la fotografia està molt ben utilitzat en aquest tipus de reportatge.

A més a més, a l'apartat premsa s'hi poden veure un recull de fotografies de diaris de l'època que expliquen els fets. Això també ajuda a donar una altra visió de la història a través de documents reals que mostren com la premsa de llavors va viure i va explicar el bombardeig.

Infografia

Només entrar a la pàgina principal, la part superior que porta el títol del reportatge et convida a entrar en un gràfic multimèdia de reproducció automàtica que recrea l'atac aeri dels avions acompanyat d'un altre gràfic, aquest estàtic, amb les fases del bombardeig. En la mateixa pàgina, es pot obrir un plànol de la ciutat amb els edificis destruïts, i un vídeo-documental d'animació amb una durada de 1,30 minuts que també recrea el bombardeig.

b. Estructura

El reportatge segueix una estructura a través de pestanyes que divideix el reportatge en 5 blocs - “El Bombardeo”, “Testimonios”, “Imágenes”, “Vídeos”, “Prensa”. Dins l'apartat “El Bombardeo”, el contingut està ordenat en forma de diari digital on es van trobant titulars, fotografies i vídeos amb una breu descripció que conviden al lector a anar descobrint les diferents seccions. A la part dreta hi apareix una columna amb galeries fotogràfiques i vídeos destacats, els quals apareixen també a la categoria corresponent. El contingut de les altres pestanyes està ordenat seguint un llistat de manera que facilita la tasca a l'usuari.

Es podria dir que “El Bombardeo” és la secció més completa pel que fa a contingut i engloba una mica totes les entrades de la pàgina, incloses les galeries, els

vídeos i la premsa de les altres categories. A més a més, quan s'obre el reportatge és la primera que l'usuari descobreix, això podria justificar aquesta integració d'elements.

c. Grau d'interactivitat que se li dona a l'usuari

L'usuari pot participar en el reportatge a través de comentaris. Cada apartat, ja sigui notícia, vídeos, fotos, reportatges o cròniques té a la part inferior un requadre de comentaris per tal que els usuaris puguin aportar la seva valoració. Per fer-ho cal que aquest es registri o inici la sessió a través de les xarxes socials de *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn* o *Google+*.

També hi ha la possibilitat de compartir cada peça a través de *Twitter*, *Tuenti* – xarxa social molt utilitzada llavors a Espanya, *Google+* i *Facebook*. A més a més, a la part superior hi ha la possibilitat de valorar cada part del reportatge, d'imprimir-lo i d'enviar-lo per correu electrònic.

Tenint en compte l'any de publicació, el grau d'interactivitat és elevat, ja que el reportatge multimèdia s'ha anat adaptat a les necessitats actuals i el 2012 encara no s'utilitzaven les xarxes socials i els diaris en línia de la mateixa manera que es fa ara. Llavors *Tuenti* tenia molta repercussió, i ara aquesta xarxa social no existeix.

d. Usabilitat

Navegar pel reportatge no és una tasca complicada si es fa des d'un ordinador, ja que l'estructura facilita que la navegació sigui eficient i efectiva. El fet que estigui dividit en pestanyes fa que l'usuari pugui consumir la secció que desitgi sense necessitat de navegar per tot el reportatge. A més a més, les imatges, els vídeos i els gràfics complementen el text i ajuden a l'usuari a captar una visió més àmplia del bombardeig de Gernika i tot el que l'envolta. És fàcil seguir el fil conductor del reportatge gràcies als titulars i a les categories. Ajuda molt a l'usuari que un cop s'obri la peça no hi hagi un altre enllaç a una altra secció, ja que podria provocar que l'usuari es perdés i perdés el fil del reportatge. La interacció també és fàcil, ja que cada usuari pot comentar i compartir el reportatge a través d'un requadre que es troba a la part inferior de cada pàgina.

D'altra banda, si es consumeix el reportatge multimèdia des d'un dispositiu mòbil o tauleta, la tasca ja es complica degut a que l'usuari ha d'anar ampliant les pàgines per llegir o visualitzar els diferents elements.

e. Adaptació a la multiplataforma

El reportatge no s'adapta a la multiplataforma. Quan s'obre des d'un telèfon mòbil o una tauleta el reportatge adopta la mateixa forma que a l'ordinador⁷, sense adaptar-se a la pantalla del dispositiu. A més a més, a la part dreta i a la part inferior queda un espai en blanc degut al format del reportatge⁸, tant si s'opta per la pantalla vertical com per l'horitzontal. L'usuari en tot moment ha de fer zoom per poder consumir els continguts.

D'altra banda, el plànol del bombardeig de reproducció automàtica funciona correctament a tots els dispositius i la reproducció de vídeos sí que és adaptable als mòbils i les tauletes, sempre que s'opti per visualitzar-los en pantalla completa. En canvi les galeries fotogràfiques no tenen l'opció de visualitzar-les en pantalla completa i s'han de passar una per una a través d'un botó relativament petit i pot complicar la tasca.

4.4. Consulta, atur, espionatge

Títol del reportatge:	Consulta, atur, espionatge
Mitjà:	<i>Ara</i>
Any de publicació:	2013
Idioma:	Català
Autores:	Francina Bosch, Ricard Marfà, Idoia Longan, Marta Masdeu, Àlex Pascual, Esperança Sierra, Jordi Duró i Àlex Gallego
Temàtica:	Política i societat
Enllaç web:	http://resum2013.ara.cat/#portada

Sinopsi:

Reportatge elaborat pel mitjà català l'Ara que recull els trets més rellevants del 2013. En total tracta 5 blocs: "volem votar", "ens espien", "ataquen la llengua", "busquem feina", "s'omplen les butxaques", "fem recompte", "mirem el món" i "ens han deixat". El que fa és explicar de manera resumida els temes que han estat a l'agenda mediàtica al llarg del 2013. El reportatge es presenta en forma de diapositives, molt ben ordenades.

⁷ Veure imatge 5 de l'annex.

⁸ Veure imatge 6 de l'annex.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Aquest és un reportatge multimèdia que integra perfectament tots els elements. Es podria dir que l'elaboració d'aquest reportatge està molt ben cuidada, posant especial cura a l'usuari i a complementar text, imatges, vídeo i gràfics.

Text

El text hi és present però a diferència dels altres reportatges analitzats fins ara, aquí no apareixen grans paràgrafs de text explicatius, sinó que s'opta per utilitzar frases curtes i cites. Apareix per posar en context a l'usuari i per aportar informació i dades. A més a més, moltes vegades aquest no apareix sol sinó que forma part de gràfics estàtics i interactius. A més a més, dins el mateix reportatge hi ha enllaços que redirigeixen a l'usuari a altres notícies del diari *Ara* predominades per text.

Àudio

L'àudio també té gran pes al reportatge. En cada bloc hi ha declaracions dels personatges que s'anuncien a través d'un micròfon groc, que a vegades és poc visible. Un cop l'usuari passa el ratolí sobre el símbol identificatiu es reproduïxen les declaracions. En aquest reportatge n'hi ha un total de 12 que corresponen a: Artur Mas, Mariano Rajoy, Alberto Fabra, Andreu Mas-Colell, Luis De Guindos, Olli Rehn, Luis Bárcenas, Rita Barberà, Wert, Rigau, els alcaldes de la Franja i Bauzà.

Es valora molt positivament la inclusió dels talls de veu dels protagonistes per tal que l'usuari conegui en primera persona què diuen les persones que formen part del reportatge. A més a més, en el cas de Bárcenas, les declaracions formen part del judici pel cas Nóos, que aporten credibilitat i proximitat al consumidor i credibilitat, ja que són àudios no manipulats amb la veu dels protagonistes.

Vídeo

El vídeo també hi és present de dues maneres: a través del vídeo de reproducció automàtica o a través d'imatges que l'usuari ha de donar l'ordre de reproduir. El primer vídeo que apareix és de reproducció automàtica, de pantalla completa i

apareix el periodista i historiador Toni Soler parlant dels passos que ha patit el procés sobiranista al llarg del 2013. El format que s'utilitza és molt proper, ja que el personatge mira a la càmera i sembla que s'estigui dirigint directament a l'usuari, això pot provocar que el visualitzador se senti identificat.

Seguidament, apareixen Marc Guinjoan, Marc Sanjaume i Tomi Rodon seguint el mateix format mencionat, fons en blanc i els personatges mirant a càmera com si parlessin amb el propi usuari. Els vídeos també són de reproducció automàtica, tot i que aquesta vegada ocupen menys espai en la pantalla. La seva funció és explicar els gràfics que tenen just a sobre, una tècnica molt curiosa que fins ara no s'havia dut a terme en els reportatges analitzats. Normalment, eren els propis usuaris qui interpretaven els gràfics i/o s'acompanyaven d'un petit text explicatiu. En aquest reportatge s'opta per innovar i per apostar perquè siguin tres personatges que ho facin. El mateix format segueix el vídeo de David Miró, subdirector de l'*Ara*, que explica com la Llei Wert ha provocat el tancament del canal 9 el 2013. Just en la mateixa pàgina, s'hi adjunta un vídeo procedent de *YouTube* – aquest no és de reproducció automàtica – que mostra l'històric últim minut de canal 9.

Per últim, apareix un altre vídeo que no és de reproducció automàtica procedent de *RTVE* on apareix Mariano Rajoy en la compareixença que va fer l'1 d'agost desvinculant-se del cas de Bárcenas.

Fotografia

Apareixen de manera estètica, però també serveixen per identificar els talls de veu dels personatges que parlen, o dels quals s'està parlant. És una manera d'aportar més visualitat al reportatge, que intenta – i ho fa – integrar els elements per tal que tots hi siguin presents i tinguin una lògica. Cada tema segueix la mateixa estructura i cadascun comença amb un requadre introductori que sobre una foto que ocupa tota la pàgina. A més a més, al final es fa un recordatori del 2013 a partir de 50 imatges significatives de l'any.

Infografia

Els gràfics també hi són presents. En la part del reportatge dedicada al procés i a la consulta, apareixen tres gràfics interactius que aporten dades extretes del baròmetre del Centre d'Estudis d'Opinió:

- Gràfic lineal, sobre l'opinió de l'estatus de Catalunya des del juny del 2012 fins al novembre del 2013, tenint en compte aquells que volen/creuen que Catalunya sigui una regió d'Espanya, una Comunitat Autònoma, un Estat federat o un Estat independent.
- Gràfic circular: sobre quin seria el suport de la independència dels enquestats, tenint en compte les variables següents: votaria a favor, votaria en contra, m'abstindria o no votaria, altres.
- Gràfic d'anella: sobre la previsió de vot dels enquestats, mostrant com quedarien els resultats de les eleccions comparant-los amb el resultat del 2012.

Es valora molt positivament que qui interpreti i expliqui els gràfics sigui Marc Guinjoan, Marc Sanjaume i Toni Rodon a través d'un vídeo.

Més endavant, a la part "Ens espien" torna a aparèixer una fotografia interactiva en forma de gràfic sobre com ens espia els Estats Units. En aquest apareixen unes fletxetes que quan es cliquen dirigeix a l'usuari a un article més extens sobre el tema en qüestió.

Seguidament, a "Ataquen la llengua" apareix un mapa, també interactiu, amb el que s'anomena Països Catalans que explica les quatre ofensives al català. Cada comunitat autònoma té un número i quan es clica, a la part dreta de la pantalla, apareix l'explicació amb fotografies i talls de veu.

Finalment, els gràfics que apareixen en l'apartat "Busquem feina" segueixen el mateix format que els del procés, però aquesta vegada estan explicats mitjançant text. En total n'hi ha 4, que tracten sobre l'atur a Espanya, la caiguda dels salaris, el dèficit estatal i la creixuda del deute públic. Les fonts són l'Institut Nacional d'Estadística, l'Eurostat i el Banc d'Espanya.

b. Estructura

El reportatge es presenta en forma de diapositives i adopta la forma lineal, tot i que a la part dreta del reportatge hi apareixen uns botons que fan la funció de menú i permet a l'usuari anar saltant de tema sense necessitat de consumir tot el reportatge. És un reportatge molt esquemàtic per què fa a elements i opta per

crear no carregar les pàgines de contingut, per tal que sigui més amè consumir-lo.

La forma amb la qual es presenta cada tema és sempre la mateixa. Primer apareix el títol sobre un fons negre, menys a les diapositives finals que apareix sobre un fons groc. Això és perquè les dues últimes categories no van dedicades a un tema en concret sinó que fan un recordatori més general del 2013. Seguidament, es mostra una imatge en blanc i negre i a continuació apareix un requadre introductori o una cita del tema tractat. Finalment, es desenvolupa el reportatge.

c. Grau d'interactivitat que se li dóna a l'usuari

El grau d'interactivitat que se li dóna a l'usuari és baix. No hi ha la possibilitat de comentar les peces, tot i que sí que es poden compartir a través de *Twitter*. Tot i que el reportatge també disposa de la icona de *Facebook*, aquest indica que s'ha inhabilitat la plataforma. D'aquesta manera, l'usuari no pot participar de manera activa al reportatge, però sí que té un gran joc amb els elements interactius que hi apareixen.

d. Usabilitat

El fet de voler innovar fa que l'usuari es pugui perdre en algunes ocasions. Més que perdre's en el reportatge pot passar que el consumidor passi per alt certs aspectes importants com ara els talls de veu dels protagonistes, marcats amb un micròfon groc; el vídeo del canal 9, que costa de veure i la galeria d'imatges que tot i que es menciona que a continuació es farà un repàs de l'any a través d'imatges, és difícil veure que es tracta d'un conjunt de fotos perquè la fletxa és poc visible.

Tot i que el reportatge estèticament està molt ben treballat, el fet que s'hagin volgut integrar tants petits detalls pot fer que l'usuari no s'adoni de totes les possibilitats que ofereixen les diferents diapositives. Al cap i a la fi, si hi són, és perquè siguin explorades i visitades per als consumidors.

e. Adaptació a la multiplataforma

El reportatge no és adaptable a la multiplataforma, ni a través de la pantalla vertical ni horitzontal. Tot i que quan es consumeix en vertical amb mòbils i tauletes sembla que sí que s'adapta a la pantalla, quan es va avançant en el reportatge apareixen fotografies tallades⁹. Hauria estat adient que el reportatge multimèdia s'hagués adaptat a altres plataformes, ja que tot i que s'ha pres molta cura en detalls específics del reportatge, l'adaptació no s'ha tingut en consideració i això fa que l'usuari només el pugui consumir mitjançant un ordinador¹⁰. Tot i així, els vídeos i els gràfics de reproducció automàtica es reproduïen tant al mòbil com a la tauleta, tot i que tarden més a carregar-se.

4.5. 25 años de la caída del Muro de Berlín

Títol del reportatge:	25 años de la caída del Muro de Berlín
Mitjà:	20 minutos
Any de publicació:	2014
Idioma:	Castellà
Autores:	Nacho Segurado, Ángel M. Petricca, Paula Arenas, José A. González, Helena Celdrán, Carlos Gámez, Diana Sánchez, Guillermo Fernández, Myriam Gómez, Javier Asuar, Federico Álvarez, David Velasco i Álex Herrera
Temàtica:	Política
Enllaç web:	https://microsite.20minutos.es/caida-del-muro-de-berlin/

Sinopsis:

Reportatge periodístic que commemora el 25è aniversari de la caiguda del Mur de Berlín i que explica a través d'imatges, fotografies i plànols què va suposar la construcció del mur i la seva posterior caiguda l'any 1989. La caiguda del Mur de la capital alemanya des del 1961, va posar fi a un capítol de la història contemporània marcat per la divisió d'Europa en dos blocs: el comunista i el capitalista. Aquest reportatge multimèdia realitzat pel *20 minutos* recorda i contextualitza la construcció de la barrera de formigó, i explica què va suposar el seu enderrocament.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

⁹ Veure imatge 7 de l'annex.

¹⁰ Veure imatge 8 de l'annex.

Text

És un element molt present al reportatge. Apareix en la primera pàgina per fer una contextualització de la caiguda del Mur de Berlín. També es recorre al text a la pàgina 5 per parlar de la música, literatura i del cinema que envolta el Mur. Dues pàgines més endavant, apareix una entrevista a Kiddy Cinty, un dels primers artistes que va pintar la paret de formigó. Tot i que aquí s'opta per publicar l'entrevista de manera textual, hauria estat interessant poder fer-la a través d'un vídeo on també apareguessin fotos de l'artista donant vida al Mur. El text també s'utilitza pels peus de fotos, per reforçar a plànols de la capital alemanya, per a fer referència a cites d'alemanys que ho van viure de prop, i per a fer la traducció del vídeo del discurs que va fer John F. Kennedy a l'Ajuntament de Schöneberg el 1963.

Tot i així, en moltes ocasions el text apareix incomplet acompanyat d'una icona amb "Leer historia completa" per tal que l'usuari sàpiga que el text que està llegint forma part d'una peça més llarga i que ha de clicar a l'enllaç si la vol acabar de llegir. Per una part, usar aquest recurs pot ser positiu, ja que si l'usuari creu que amb l'explicació que apareix al reportatge en té suficient, no cal que llegeixi la peça completa. D'aquesta manera, estalvia als autors del reportatge carregar-lo amb elements textuais i deixa a l'elecció de l'usuari profunditzar en la peça, en el cas que li sembli interessant. D'altra banda, però, això fa que no s'estigui donant tota la informació necessària. Tot i que es mostra un resum, al cap i a la fi, només s'està explicant una part de la història i pot provocar que l'usuari, per mandra, no acabi llegint la totalitat de la peça. Es podria optar per utilitzar altres recursos que acabessin d'explicar tota la peça, així s'evitaria carregar el reportatge de text i s'estaria contant tota la història.

Àudio

L'àudio per si sol no apareix, només acompanyant el vídeo. Potser hauria estat interessant incloure algun tall de veu de testimonis que han viscut a peu de carrer la construcció del mur, per tal de no donar tant de pes al text i fer poder incloure algun element d'àudio.

Vídeo

El vídeo no hi és gaire present al reportatge, almenys de manera visible només apareix una vegada. Tot i així, quan ens endinsem al plànol interactiu, aquest apareix 3 vegades:

- “48 horas sin el muro”: vídeo que mostra la vida de Berlín dos dies després de la caiguda del Mur on es pot veure com milers de persones travessen l’antiga frontera.
- “El suroeste por Wannsee”: vídeo de 17 minuts que fa un recorregut del Mur de Berlín seguint el canal Teltow, des del centre de la ciutat fins a punts com Wannsee. Imatges gravades l’abril de 1990.
- “La última frontera”: vídeo que forma part del plànol interactiu de la ciutat, que té una durada d’11 minuts, on es poden veure imatges dels preparatius per l’obertura del pas fronterer a Hohen Neuendorf, gravades el 1990.

El vídeo torna a aparèixer al final del reportatge on es mostra en 9 minuts el discurs que va fer el president dels Estats Units, John f. Kennedy, a l’Ajuntament de Schöneberg, en la seva visita a Berlín Occidental el 23 de juny del 1963.

Cal mencionar que totes les imatges que apareixen són originals de l’època i això aporta historicitat als fets. No és el mateix veure imatges recreades dels fets, que imatges reals de com va viure la capital alemanya la caiguda del Mur.

Fotografia

Les fotos també hi són present, ja no tant en forma de galeria, que també, però apareixen més aviat complementant el text. Només obrir el reportatge, el títol apareix plasmat sobre una imatge en blanc i negre de l’antic Mur. A la pàgina 2 apareix una galeria fotogràfica amb portades de la premsa del 10 de novembre del 1989, de l’11 de novembre del 1989 i del gener de 1990. En total n’hi ha 8 que fan referència a: *Berliner Morgenpost*, *Bild Zeitung*, *The Daily Telegraph*, *The New York Times*, *ABC*, *London Herald*, *El País*, *TheSun*, *The Guardian*, *World Press*. Tot i així, aquestes no es poden visualitzar en mida real i el cos de la notícia sigui il·legible i només es pugui llegir el titular. Això fa que les fotografies tinguin una funció totalment estètica.

A la pàgina 3 apareixen fotografies en blanc i negre de protagonistes alemanys que han viscut de prop la caiguda del mur de Berlín. Aquí les imatges tampoc aporten informació sinó que posen cara a les declaracions de testimonis. Són les

úniques fotografies “actuals” que tenen un filtre en blanc i negre, tot i que no queda clar quin és l’objectiu d’utilitzar imatges sense color.

Finalment, hi ha una galeria de 4 imatges a la pàgina 5 amb imatges de pel·lícules, però que aporten cap informació complementària al reportatge.

En un reportatge com aquest del Mur de Berlín, m’ha faltat una galeria fotogràfica actual. Tot i que fa 25 anys que es va enderrocar el Mur de formigó que separava Alemanya i Europa, les restes que en queden plenes d’obres d’art segueixen essent part imprescindible de Berlín. D’aquesta manera, hauria estat interessant poder veure imatges actuals de la paret de formigó en una galeria.

Infografia

En total hi ha dos gràfics interactius imprescindibles al reportatge:

- El primer és un plànol de Berlín i voltants, que recórrer 15 punts significatius al llarg de 160 quilòmetres de Mur. A mesura que es va avançant en el plànol, es va descobrint més concretament les zones del Mur i què significaven com la zona del comerç i passos fronterers. Aquest plànol és una bona manera d’anar descobrint els racons més importants del Mur i d’avançar en la història d’aquest.
- El segon plànol mostra el funcionament del Mur de Berlín a través d’una fotografia recreativa de la part occidental d’aquest. L’usuari pot anar descobrint, a partir dels punts grocs, quin era el protocol de seguretat de la banda occidental. Una bona manera de fer entendre visualment com funcionava el Mur.

b. Estructura

Aquest reportatge segueix una estructura lineal, mentre es va avançant en el reportatge es va descobrint els diferents subtemes d’aquest. Tot i així, a la part superior hi ha un menú on es poden consumir directament els diferents apartats del reportatge sense necessitat d’haver-lo de consumir tot. A més a més, a mesura que es va avançant en el reportatge a la part superior del menú apareix remarcada de color vermell l’apartat que correspon a aquella part, una bona manera de facilitar la tasca a l’usuari.

c. Grau d’interactivitat que se li dona a l’usuari

L'usuari pot participar en el reportatge compartint els articles a través de les xarxes socials *Facebook*, *Twitter*, *Google+* o a partir de *Menéame*, un lloc web d'agregació de notícies que es basa en la participació de la comunitat de manera que els usuaris poden compartir notícies amb altres usuaris registrats que poden fer-ne una valoració. Tot i així, en aquest reportatge els usuaris no poden participar directament a la creació de valoració, simplement poden escollir quin serà el camí que seguiran per consumir el reportatge.

Quan s'entra als enllaços externs de la peça, es pot comprovar com els comentaris de les pàgines estan bloquejats. Per tant, la interacció amb els consumidors és gairebé inexistent.

d. Usabilitat

La barra superior fa que la navegació pel reportatge sigui més fàcil, ja que en tractar-se d'una estructura lineal pot provocar que en alguns moments l'usuari no sàpiga en quin punt es trobi¹¹. D'aquesta manera, el menú que es troba a la part superior de pàgina ajuda a l'orientació i a que, en cas que no es vulgui consumir tot el reportatge, anar només a la part interessada. Cada secció està separada per una fotografia de portada.

El que pot arribar a dificultar la lectura del reportatge és que en la gran majoria de vegades, la peça no està tota publicada i això obliga a l'usuari a obrir una altra pestanya per consumir tot l'article sencer. Això pot fer perdre el fil conductor al consumidor i que deixi de consumir el reportatge per haver d'obrir pestanyes per poder llegir la totalitat de les peces.

A més a més, la publicació de la galeria de diaris no es pot ampliar i la mida no permet apreciar el contingut de cada fotografia. El fet que estiguin publicats fa pensar que són per aportar informació sobre com va tractar la premsa espanyola i internacional la caiguda del Mur, però en no poder consumir el contingut pot provocar que l'usuari abandoni el reportatge.

¹¹ Veure imatge 9 de l'annex.

En el gràfic-fotografia interactiu del Mur, pot resultar difícil descobrir que els punts grocs són destacables amb informació. Tot i així, just a l'esquerra hi ha un requadre que t'indica que en situar-se damunt d'aquests apareixerà informació. Una bona manera de fer veure a l'usuari que el plànol conté més detalls que els que es veuen a primera vista i que si no s'avisava, aquest podria passar per alt.

e. Adaptació a la multiplataforma

El reportatge s'adapta a la multiplataforma. El contingut s'adequa a la forma de la pantalla dels mòbils i tauletes¹². Un fet a destacar és que, a mesura que s'avança en el reportatge, el menú posterior es queda sempre fixe en la pantalla dels dispositius i això fa que en tot moment l'usuari sàpiga quin tema s'està tractant i pugui moure's més lliurement. El plànol interactiu també funciona correctament als dispositius.

En pantalla horitzontal, el text es veu ampliat, tot i que és més incòmode és igualment llegible i consumible. Tot i així, algunes imatges, com la del gràfic del Mur, apareixen massa ampliades i són difícils de visualitzar. Pel que fa als punts interactius, aquests funcionen correctament quan es clica a sobre amb el dit, tal com s'indica.

4.6. No saben que estoy viva

Títol del reportatge:	No saben que estoy viva
Mitjà:	<i>El diario.es</i>
Any de publicació:	2015
Idioma:	Castellà
Autors:	Juan Luis Sánchez, Gabriel Pecot, David Ruiz, Antonio Rull, Cristian Muñoz, Gabriela Sánchez, Belén Picazo, Alejandro Navarro i Raúl Sánchez
Temàtica:	Política
Enllaç web:	https://victimasolvidadas.eldiario.es

Sinopsis:

Història de les víctimes oblidades del Sudan del Sud. Es tracta d'un reportatge en línia, fet per Gabriela Sánchez, amb fotografies, vídeo i gràfics que expliquen, sobretot a

¹² Veure imatge 10 de l'annex.

través de testimonis, la situació d'aquestes persones que fugen del conflicte del seu país. Es tracta d'un reportatge molt proper i literari pel que fa al llenguatge que aporta moltes experiències i dades sobre com afronten el conflicte els seus habitants.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

És un dels elements més predominants del reportatge. Aquest, comença fent una presentació del personatge Nyantuc i a partir d'aquest es va narrant la història i es van descobrint altres personatges que han viscut una situació similar. El fil de la història és el text i a partir d'altres elements com els vídeos i els gràfics es va complementant la narració. En text, i ressaltat de color groc, apareixen cites i declaracions dels protagonistes que fan que el reportatge sigui més proper. L'ús de destacats ajuda a l'usuari a que la lectura sigui més amena. És un reportatge que s'explica a través de fonts que aporten credibilitat i s'utilitza una narració més poètica i literària.

Àudio

No apareix de manera independent, sinó que acompanya als vídeos. Sempre s'utilitza so diegètic que fa referència a les entrevistes amb els protagonistes i al so ambient d'aquest.

Vídeo

Només entrar al reportatge, a la portada, apareix un vídeo de reproducció automàtica on es veu a una de les testimonis, Nyantuc Kuong, apropant-se a la pantalla. Els vídeos que apareixen en aquest reportatge s'utilitzen per donar veu als personatges. En total, apareixen 12 vídeos de declaracions de testimonis i fonts referents a: Nyantuc, Luka, Dubuol, Rebecca, Edmund i Maria.

Tot i que els vídeos són de reproducció automàtica, en reproduir-se apareix al costat la icona de *YouTube* per si es vol consumir a través de la plataforma, que permet avançar o retrocedir en aquest, cosa que al reportatge no és possible.

Fotografia

En aquest reportatge, apareixen dos tipus d'imatges. Per una banda, hi ha les fotografies en moviment que serveixen per presentar visualment als diferents protagonistes i solen mostrar-se acompanyades de cites. I d'altra banda, també es poden visualitzar imatges estàtiques d'aquests acompanyades d'un peu de foto. El fet d'utilitzar imatges en moviment dóna un punt de sofisticació i de novetat, ja que no és molt comú veure imatges de reproducció automàtica en els mitjans audiovisuals, ja que s'opta sempre les estàtiques. Tot i així, el fet que tinguin moviment no aporten cap informació addicional al contingut, sinó que és més una qüestió estètica.

Infografia

Les infografies també tenen un pes important i apareixen en forma de gràfic o de plànol. Tot i ser un reportatge que explica la història a través de testimonis, hi dóna molta importància a les dades. Totes les infografies són interactives excepte una que mostra un gràfic lineal amb l'evolució de la quantitat de persones que han hagut d'abandonar les seves llars. Més endavant, es mostra un plànol interactiu dels llocs que serveixen de refugi per als milions de desplaçats interns al Sud de Sudan. Aquests llocs es distingeixen a través de punts grocs que, en passar per sobre, es descobreixen el nom del refugi, la regió, el tipus d'assentament, el nombre de desplaçats i el nombre de llars. Seguidament, es troba un plànol de la regió del Sud de Sudan amb la situació alimentària que viu la zona. En passar sobre les zones es mostra el percentatge de població que viu en situació de crisi i emergència. També hi ha un gràfic lineal amb l'Índex de Preus al Consum (IPC) del país entre el 2007 i el 2015 i la creixuda que aquest ha sofert. A més a més, passar per sobre el gràfic apareix l'IPC en base al juny del 2011. Continuant amb els gràfics, el reportatge inclou un gràfic de barres amb el percentatge d'ajuda rebuda – en dòlars - davant la sol·licitada per les agències entre el 2011 i el 2015. Aquest, dóna la possibilitat a l'usuari d'anar canviant d'any a través d'una pestanya a la part superior per anar descobrint quina ha estat l'aportació de cada país al llarg d'aquests 5 anys. La producció de petroli té molta presència als països africans. És per això que es pot visualitzar un gràfic lineal amb els barrils de petroli que es produeixen diàriament a Nigèria, Angola, Gabon, el Congo, Sudan i Guinea Equatorial. Finalment, a través d'un altre gràfic lineal es mostra la procedència dels ingressos del Govern, expressats en lliures sud sudaneses, i l'evolució que han patit des del 2005 fins al 2015.

Aquests gràfics que aporten informació a partir de dades, molt ben expressades i mostrades en el reportatge, són imprescindibles per ajudar a entendre el conflicte que viu el país.

b. Estructura

El reportatge segueix una estructura lineal, tot i que a la part superior hi ha unes pestanyes temàtiques que en clicar-les porta a l'usuari al tema en qüestió. Això fa que l'usuari no hagi de llegir tota la peça. Tot així, l'estructura narrativa d'aquest reportatge, a base de testimonis, fa que sigui necessari llegir la història sencera per entendre quina és la situació del país, ja sigui a través del text, del vídeo o de les infografies. El fet que la lletra no ocupi tota la pantalla dona espai al reportatge que tot i la gran presència de text, la seva distribució fa que sigui més amena. A més a més, hi ha destacats que ajuden a la llegibilitat.

c. Grau d'interacció que se li dona als usuaris

L'usuari participa en el reportatge a través de les infografies interactives, ja que és ell qui escull com les vol consumir. Els gràfics del reportatge estan creats de tal manera que per conèixer totes les dades l'usuari ha d'anar interactuant amb el mapa. A més a més, a la part superior de la pàgina hi ha les icones de *Facebook* i *Twitter* per tal de poder compartir el reportatge a les xarxes socials. També es pot enviar per correu electrònic. Tot i així, aquestes són les úniques vies d'interacció que té l'usuari, ja que la peça no compta amb la possibilitat de comentar.

d. Usabilitat

Moure's pel reportatge no és una tasca complicada. El fet que a la part superior aparegui un menú amb les categories temàtiques ajuda a l'usuari a ubicar-se en tot moment i en el cas que només vulgui consumir una part de la peça poder moure's per aquest orientat per les pestanyes. És un reportatge que estèticament entra molt pels ulls, la distribució dels elements en la pàgina fa que aquesta no es vegi carregada i sigui agradable avançar-hi i endinsar-s'hi¹³.

¹³ Veure imatge 11 de l'annex.

Totes les infografies interactives estan indicades per tal que l'usuari sàpiga que pot anar descobrint a través d'aquestes. Un punt molt important, ja que a vegades el consumidor del reportatge pot passar per alt que es tracta d'un gràfic interactiu i deixar de consumir aquella informació.

Només hi ha un element al reportatge que pot arribar a pertorbar. El gràfic que mostra la producció de petroli als països africans és confós. El fet d'utilitzar el gris per a tots els països, excepte Sudan, pot fer que en algun moment no es diferenciï de quina regió s'està fent referència. Tot i així el reportatge segueix una línia estructural lineal, que fa que l'usuari no hagi d'obrir altres pestanyes per rebre més informació, fet que fa que el camí a seguir sigui fàcil.

e. Adaptació a la multiplataforma

El reportatge s'adapta perfectament a la pantalla de la tauleta i dels dispositius mòbils¹⁴. El text adopta una mida estàndard, llegible des d'un dispositiu més petit. Tot i així, els vídeos que són de reproducció automàtica des de l'ordinador, cal que s'activin en els altres dispositius a través d'un clic, i les fotos en moviment són estàtiques vistes a través de la pantalla de les tauletes i mòbils. En la fotografia-vídeo de la portada no apareix Nyantuc, sinó que només es visualitza el camí del fons. Això és degut a que la reproducció automàtica no s'activa als dispositius portàtils. Pel que fa al plànol interactiu, aquest funciona correctament.

Aquest és un reportatge que es pot consumir sense dificultats a través de la multiplataforma, tant en pantalla horitzontal com en vertical, ja que el contingut és adaptable. Només té la carència que la reproducció automàtica no funciona i les imatges en moviment són estàtiques, però no afecta el contingut del reportatge. D'altra banda, els gràfics interactius funcionen tant en els dispositius mòbils com amb les tauletes, a través de la pantalla tàctil.

4.7. [Mi sexo sentido](#)

Títol del reportatge:	Mi sexo sentido
Mitjà:	<i>Diario de Navarra</i>
Any de publicació:	2016
Idioma:	Castellà

¹⁴ Veure imatge 12 de l'annex.

Autors:	Ana I. Cordobés, Gontzal Aparicio, Diego Azanza i Rubén Rincón
Temàtica:	Societat
Enllaç web:	http://www.diariodenavarra.es/pags/transexualidad.html

Sinopsis:

L'any 2016 hi havia 65 persones transsexuals a la Comunitat Floral. D'aquestes, 15 eren menors d'edat. Per explotar aquesta realitat el *Diario de Navarra* va decidir crear aquest reportatge amb diverses veus que haguessin viscut des de prop la transsexualitat. En aquest apareixen testimonis que han viscut en primera persona la transsexualitat, com és el cas de la Nora; pares de nens que han manifestat ser transsexuals, com la Saray i en José; i sexòlegs que acompanyen a aquestes persones en la situació. El reportatge va guanyar el premi Periodisme en Positiu d'Àvila.

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

Només obrir el reportatge apareix una introducció que explica resumidament sobre què anirà el reportatge i convida a l'usuari a seguir descobrint-lo. En fer-ho apareixen uns requadres amb els protagonistes, i en passar el ratolí per sobre el nom apareix una breu descripció sobre què amaga cadascun. Quan es clica sobre un d'aquest apareix l'explicació ampliada.

L'element del text hi és molt present, massa. Cada història està explicada a través del text amb nombrosos paràgrafs que no deixen respirar l'espai. En algunes pestanyes apareix un vídeo que ajuda a deixar respirar, almenys per un moment, a l'usuari, però l'apartat de lleis està conformada tota per text. Això pot provocar que l'usuari deixi la pàgina abans de posar-se a llegir. El fet que només obrir la pestanya apareguin grans "taques" de text, pot provocar que el consumidor se senti carregat i abandoni la pàgina.

Pel que fa al contingut textual aquest explica la història de cada personatge. Es tracta d'un reportatge basat en experiències, i tot i que en aquest apareixen experts, no s'usen dades que ajudin a fer visible la situació, la qual cosa s'ha trobat a faltar. A més a més, també apareix un glossari difícil de descobrir. En la pàgina

principal, sembla que el reportatge només parli dels quatre requadres que apareixen per defecte. Tot i així, a la part dreta hi ha unes fletxes que permeten baixar per aquest i descobrir que també hi ha un requadre dedicat al glossari amb definicions dels termes més importants del reportatge. Una bona manera d'ajudar al lector a entendre el contingut, però que apareix amagat i pot ser pas-sat per alt.

Finalment, en l'apartat dels experts s'adjunta un document didàctic sobre la iden-titat sexual en nens i nenes. Per consumir-lo és recomanable obrir-lo en una altra pestanya, per tal que es visualitzi en pantalla completa.

Àudio

No apareix de manera individual, sinó que apareix en vídeos dels protagonistes a través d'entrevistes i música de fons que acompanya la veu.

Vídeo

Al reportatge apareixen un total de 3 vídeos on apareixen els personatges essent entrevistats: Saray i José, Iñaki i Erika i Nora. Cadascun dura 1 minut aproxima-dament i no aporta informació extra. Aprofitant que es necessitava parlar amb els protagonistes per fer el reportatge a través d'una entrevista, s'ha aprofitat per afegir-hi talls d'aquestes, tot i així no aporten informació extra, sinó que té una funció totalment estètica. Hauria estat interessant que s'hagués utilitzat el poten-cial d'aquest element per jugar amb l'emotivitat del lector, que fossin els mateixos protagonistes qui expliquessin la història a través del vídeo. En visualitzar-los, un es queda amb ganes de més.

Fotografia

Només apareix una fotografia en tot el contingut del reportatge. Es tracta d'un dels primers dibuixos de K, un dels protagonistes del reportatge, on es pot veure que es representa a si mateix amb el cabell curt i vestit amb roba masculina. La imatge, cedida per la família, vol mostrar com K des de ben petit se sentia un noi i així ho expressava en els seus dibuixos. Tot i així, el format del reportatge no deixa apreciar el dibuix en la seva totalitat, ja que no s'adapta a la pantalla i aquest queda tallat. Es troba a faltar més imatges per donar visualitat a les his-tòries. En el cas de la Nora, hauria estat interessant poder veure una galeria d'imatges amb la transició que ha patit.

Les fotografies també apareixen en la pàgina principal on es mostren els quadres amb les cares dels protagonistes. Tot i així, aquestes són captures de pantalla del vídeo que conté cada història. D'aquesta manera, s'ha trobat a faltar la presència de fotografies.

Infografia

No hi és present.

b. Estructura

El reportatge es presenta a través d'una portada on apareix un resum i convida a l'usuari a descobrir les històries. En entrar-hi, apareixen quatre requadres que farien la funció d'índex i de pàgina principal on es poden observar els quatre temes que tracta el reportatge. Tot i així en baixar per la fletxa col·locada a la dreta de l'usuari, es descobreix que hi ha una altra casella dedicada al glossari. D'aquesta manera, són 5 les pestanyes a descobrir:

- Sara i José: pares de K, que des dels dos anys reclama la seva identitat.
- Iñaki i Erika: sexòlegs.
- Nora: transsexual.
- Lleis: la Llei Navarra va ser la pionera en legislar la transsexualitat.
- Glossari: amb les definicions de termes relacionats amb la transsexualitat.

A través d'aquest esquema principal, l'usuari decideix quin camí seguirà. En fer-ho, descobreix la història desenvolupada de cada personatge i un cop dins té la possibilitat de continuar a la següent pàgina a través d'una fletxa inferior, o bé retrocedint a aquesta pàgina principal per escollir una altra història. D'aquesta manera, el reportatge pot seguir una estructura circular, en cas que l'usuari torni a l'esquema inicial; o una estructura lineal, en cas que aquest opti per consumir-lo a través de les fletxes.

Dins de cada pàgina, l'estructura que se segueix és lineal a base d'un títol, seguit de l'explicació a través de text. En els apartats que impliquen persones apareixen un vídeo resum amb declaracions dels personatges. Una estructura poc innovadora, amb molt element textual que pot arribar a ser monòtona.

c. Grau d'interacció que se li dona a l'usuari

En ser un reportatge que forma part de la pàgina web del *Diario de Navarra*, i no ocupi una pestanya completa amb l'especial, fa que l'usuari tingui la possibilitat de comentar-lo a la part inferior. Per fer-ho, l'usuari ha d'emplenar un formulari amb el nom, el correu electrònic i la web (opcional). Tot i això, actualment només compta amb un comentari. A més a més es pot compartir a través de les xarxes socials *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin*, i per correu electrònic. Les icones, són visibles a la part superior del reportatge i no desapareixen en anar avançant.

A més a més, l'usuari és qui decideix quin ordre seguirà per consumir les històries. En no tractar-se de casos independents, cadascun es pot llegir individualment sense la necessitat d'haver passat pels altres. Això dóna llibertat al consumidor en el camí que seguirà.

d. Usabilitat

Un dels grans errors d'usabilitat d'aquest reportatge és que no s'adapta a la pantalla de tots l'ordinador. El fet d'haver publicat el reportatge com si fos una peça del diari fa que, en algunes pantalles, el quadre principal amb els testimonis quedi tallat, o bé per dalt, o per baix. Els vídeos de cada personatge enfronten la mateixa problemàtica, i el dibuix de K no es pot visualitzar complet. Això dificulta la tasca de l'usuari. A més a més, s'utilitzen dues barres de moviment: una per avançar en el reportatge i l'altra per pujar i baixar en la pàgina. Això provoca que en algunes ocasions, en utilitzar la rodeta de desplaçament del ratolí es mogui la de la pàgina i no la del reportatge i això pot fer perdre eficiència i eficàcia a la peça.

A més a més, el fet que s'utilitzi una estructura circular, fa que l'usuari pugui perdre's en el reportatge. Tenim el quadre principal, des d'aquest ens endinsem en les històries, però tornar a aquesta pot resultar complicat, ja que si s'utilitza la fletxa del navegador, es retrocedeix en la pàgina, no en el reportatge. Per tant, cal fer servir la creueta que apareix a la part superior dreta cada peça, però en situar-se en la part alta fa que sigui difícil trobar-la, ja que quan acabes de llegir la història del personatge l'usuari es troba en la part baixa.

Un dels elements que costa molt de descobrir és el glossari. Quan s'entra a la peça es mostren 4 requadres a consumir i l'usuari pot pensar que aquests són

els únics, però a la banda dreta hi ha una fletxa que pot passar desapercebuda i que porta a una altra casella amb el glossari. Aquesta costa molt de descobrir i pot ser que el consumidor la passi per alt. No serveix de res dedicar un espai a la definició dels termes si aquest és poc visible al reportatge.

El gran predomini de text pot fer que l'usuari abandoni la pàgina abans de consumir-la, ja que impregna tota la pàgina de dalt a baix i no deixa respirar l'espai.

e. Adaptació a la multiplataforma

Una de les coses que crida l'atenció és que en obrir el reportatge a través d'un dispositiu mòbil, aquest també dona la possibilitat de compartir-ho a través de *WhatsApp*.

El reportatge, en un principi, sembla que s'adapta a la multiplataforma. En consumir-lo a través d'una tauleta o mòbil, aquest s'adapta la forma vertical pròpia d'aquests dispositius i l'usuari descobreix les diferents caselles principals a través de les fletxes laterals. Aquí apareixen una a sobre l'altra, ja que la disposició de la pantalla no permet posar-los de costat, com en el cas de l'ordinador. Des dels dispositius portàtils, la casella del glossari no queda tan amagada, ja que l'estructura que adopta el reportatge fa que sigui una part més a descobrir.

En entrar a les històries, el text i els vídeos s'adapten també a la pantalla. Però en anar avançant descobrim que aquests queden tallats. La peça no es pot consumir en la seva totalitat, ja que en arribar el final el text apareix incomplet i les imatges i el material didàctic són inexistents. Només es pot consumir de manera completa l'apartat de lleis i el glossari, ja que la seva extensió és menor que la de les altres pàgines. Això fa que sigui impossible llegir el reportatge a través d'altres plataformes.

Quan es consumeix a través de la pantalla horitzontal, el contingut és menys adaptable, ja que apareix ampliat i pot resultar incòmode pel lector. Els vídeos apareixen tallats degut a l'ampliació del contingut i tampoc es poden llegir la totalitat de les peces.

4.8. [37 edificios para soñar](#)

Títol del reportatge:	37 edificios para soñar
Mitjà:	Lab RTVE
Any de publicació:	2017
Idioma:	Castellà
Autores:	Especifica que la direcció està a càrrec de Míriam Hernanz, però no nombra els autors
Temàtica:	Arquitectura
Enllaç web:	http://lab.rtve.es/juego-dia-internacional-arquitectura/

Sinopsis:

Coincidint amb la Setmana Internacional de l'Arquitectura, el *Lab* de RTVE va llençar un projecte interactiu per tal de descobrir els edificis més espectaculars del món. Per fer-ho divideix el reportatge en tres: un joc interactiu, edificis i fotògrafs. El reportatge va ser reconegut com la "Web del dia" pels [CSS Design Awards](#).

Anàlisi:

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

En l'apartat del joc, aquest es conforma a través de preguntes amb opcions que permet a l'usuari esbrinar i descobrir en quin lloc es troba cada edifici mostrat. En fer-ho apareix una breu descripció textual de cadascun. En cas de voler saber més sobre l'edifici aquest compta amb un enllaç intern a la pàgina que dirigeix al lector a la pestanya corresponent als edificis on s'explica de manera més detallada cada peça arquitectònica.

Finalment, hi ha un apartat dedicat a fotògrafs on apareix una fotografia de cadascun acompanyada d'una cita, amb una breu descripció de cada persona. Aquestes, adopten la forma de publicació d'*Instagram*: fotografia + text. A més a més, també apareix la seva respectiva conta a la part superior de cada personatge, que en clicar-hi, enllaça amb *Instagram*.

En aquest reportatge no apareixen grans descripcions de text, sinó que s'opta per utilitzar petits paràgrafs explicatius. Això fa que el reportatge sigui més visual i que aportï textualment la informació justa.

Àudio

Quan s'obra el reportatge apareix una música instrumental que dóna vida a la peça. A més a més, aquest té una peculiaritat i és que en passar el ratolí sobre les diferents seccions, deixa anar un soroll, com un cop sec, que permet a l'usuari identificar que pot clicar sobre el títol o imatge en qüestió. És una manera d'indicar que aquella part té un hipervíncle enllaçat. Tot i així, aquest pot resultar molest, ja que cada vegada que passes per sobre d'un, el soroll impregna tota la pantalla i pot arribar a molestar l'usuari i fer que aquest desconnecti el so.

Vídeo

El vídeo no hi és present. És el primer reportatge analitzat que opta per no incloure'l. Ja que es tracta d'un reportatge molt visual, hauria estat bé que cada edifici comptés amb un vídeo mostrant l'edifici arquitectònic des de totes les perspectives, fent una ruta per l'exterior i l'interior d'aquest. Amb una fotografia hi ha molts detalls que es perden.

Fotografia

Hi és molt present en tots els apartats. En la pestanya del joc apareixen dues fotografies de cada edifici per tal que l'usuari pugui identificar-los. Aquestes són dues de les quatre que apareixen en "Edificios", on es fa una explicació més a fons de les peces arquitectòniques. Tot i així, s'ha trobat a faltar fotografies. No més es donen quatre perspectives de cadascun i s'hauria pogut afegir una galeria d'imatges amb més detalls de cada edifici.

En l'apartat de fotògrafs, es pot identificar a cada personatge a través d'una fotografia. Tot i així, cadascun està enllaçat a través de la seva conta d'*Instagram* i si l'usuari ho desitja, pot descobrir més fotografies a través de la xarxa social. Una bona manera de connectar a l'usuari amb cada fotògraf, que fa que el vincle sigui més proper.

Infografia

No apareix cap gràfic al reportatge. Tot i així, cada edifici està enllaçat amb *Google Maps*, que mostra la posició exacta de la peça arquitectònica. Fet que ajuda a identificar exactament la situació de cadascun.

b. Estructura

El reportatge està distribuït a través de les tres pestanyes col·locades a la banda esquerra:

- “Juega”
- “Edificios”
- “Fotógrafos”

Les pestanyes s'obren a través del menú superior esquerra, ja que no apareixen visibles. Tot i així, resulta fàcil identificar-lo. L'usuari pot escollir el camí que vol seguir. Tot i així, en l'apartat del joc hi ha enllaçades pàgines internes del mateix reportatge, ja que en clicar per saber-ne més la pàgina et dirigeix a l'apartat de l'edifici corresponent. És un reportatge que juga molt amb els enllaços, ja sigui per dirigir-se als contes d'*Instagram* dels fotògrafs, a la pàgina web de l'autor de la peça arquitectònica en qüestió, o a la situació geogràfica exacta a través de *Google Maps*.

c. Grau d'interactivitat que se li dona a l'usuari

L'usuari pot participar de manera activa al reportatge través d'un joc amb 37 preguntes. D'aquesta manera pot anar descobrint els edificis a partir d'aquest on ha d'esbrinar en quina ciutat es troba cadascun. És una bona manera d'enganxar a l'usuari, ja que l'espectacularitat de les peces arquitectòniques fan que el lector tingui ganes de saber-ne més. A més a més, cada pàgina es pot compartir a través de les xarxes socials de *Facebook*, *Twitter* i *Google+*, fet que dona encara més interactivitat a l'usuari. L'*Instagram* hi és molt present, ja que cada fotògraf està enllaçat amb la seva corresponent conta, una xarxa social molt utilitzada pels usuaris actualment i que permet descobrir més edificis i més fotografies de cadascun. Tot i així, el reportatge no dona la possibilitat de comentar.

d. Usabilitat

Una de les novetats que no s'havia donat fins ara en els reportatges analitzats és que aquest es pot consumir tant en castellà com en anglès. Això obre les portes a més consumidors.

Les pestanyes queden ben senyalitzades, i avançar per les diferents peces a través de les fletxes inferiors no és complicat, ja que queden ben contrastades amb els

colors blanc i rosa. El que queda més amagat són les fotografies de l'apartat d'edificis. Tot i que en un principi només se'n mostren dues, en clicar la fletxa n'apareixen dues més, un fet que l'usuari pot arribar a passar per alt si no posa atenció als elements.

El fet que es jugui molt amb els enllaços ajuda a l'usuari a identificar a cada arquitecte a través de la seva pàgina web, i als fotògrafs a través de la xarxa social d'*Instagram*.

La música de fons, tot i que és instrumental, pot arribar a ser carregosa quan fa una estona que s'està escoltant, sobretot el soroll dels cops que se senten en passar sobre una pestanya. Aquest fet ajuda a l'usuari a identificar que es tracta d'un element per clicar, però en haver-hi tants a la pàgina el soroll pot arribar a ser molest i fer que l'usuari acabi desactivant el volum.

e. Adaptació a la multiplataforma

Només obrir el reportatge en un dispositiu mòbil o tauleta, apareix un missatge que indica que per una major experiència cal usar auriculars. Una bona manera d'identificar que el reportatge conté so.

La peça s'adapta perfectament a la multiplataforma. La distribució dels elements és totalment diferent de la que apareix en una pantalla d'ordinador¹⁵, fet que identifica que s'ha treballat en un model diferent pels dispositius mòbils. Tot i així, l'estil i el contingut és el mateix.

En l'apartat del joc només apareix una fotografia a la part superior amb les possibles respostes a sota. El mateix passa en l'apartat dels edificis. Tot i que l'explicació és la mateixa, només apareix una imatge per cada edifici. El fet que la pantalla dels dispositius portàtils sigui més petita, ha obligat a adaptar el reportatge i això ha provocat que apareguin menys imatges.

Si abans les xarxes socials apareixien més amagades, en els mòbils i tauletes aquestes apareixen en la part inferior de cada pàgina, essent més visibles. Els enllaços externs també apareixen, ja sigui a *Google Maps* com a *Instagram*. Només se

¹⁵ Veure imatge 13 de l'annex.

n'ha trobat a faltar un, que és el que enllaçava cada arquitecte amb la seva pàgina web. Tot i així, el motiu d'aquests canvis és l'adaptació a la multiplataforma.

Quan es vol consumir el reportatge a través de la pantalla horitzontal, apareix un missatge que informa que per visualitzar l'experiència es giri el dispositiu a 90 graus. Això mostra que l'adaptació als mòbils i tauletes només s'ha fet a través de la pantalla vertical¹⁶. Tot i així, s'agraeix que aparegui el missatge, ja que si el reportatge no està adaptat a la pantalla horitzontal l'experiència en consumir-lo pot arribar a ser desagradable.

4.9. Carretera fantasma

Títol del reportatge:	Carretera fantasma
Mitjà:	<i>El Confidencial</i>
Any de publicació:	2018
Idioma:	Castellà
Autores:	Alfredo Pascual, Carmen Castellón, Ernesto Torrico i E. Escribano
Temàtica:	Infraestructures - Turisme
Enllaç web:	https://www.elconfidencial.com/espana/2018-04-20/carretera-fantasma-nacional-iii-valencia-madrid_1552420/

Sinopsis:

La Nacional III va ser durant més de 30 anys la carretera que unia Madrid amb València. Una carretera de 352 quilòmetres que foren el nexa entre amb dues ciutats. El 1998, José María Aznar, llavors president del Govern va inaugurar la nova A-3, la qual es va denominar Autovia de l'Est, fent així que el temps entre Madrid i València en cotxe es reduís a tres hores. Aquest dia va morir també la N-III. Aquest reportatge fa un recorregut per tot el que va ser la N-III i el que va comportar que una de les carreteres més transitades deixes de ser-ho i com els pobles i les empreses hoteleres del voltant van patir les greus conseqüències.

a. Elements que integren el reportatge multimèdia

Text

¹⁶ Veure imatge 14 de l'annex.

És l'element més present en el text i a partir del qual l'usuari va descobrint la història. Primerament, es presenta una introducció que situa al lector contextualment, seguidament es va desenvolupant la història a través de diferents localitzacions separades pel títol corresponent amb la presència de testimonis que van viure la despoblació de la zona.

El text està distribuït a través de dues columnes. Aquesta tècnica ajuda que el text no impregni tota la pàgina i dóna sensació d'espai. A més a més, els destacats vermells són una bona opció per deixar descansar la vista del lector i aporten informació del contingut per tal que aquest pugui saber de què va el reportatge sense necessitat de llegir-lo. En els mitjans digitals se sol optar per aquestes tècniques estètiques per evitar que a la pàgina només es vegi text i que l'usuari abandoni el reportatge sense començar-lo.

Àudio

L'àudio no hi apareix de manera independent, sinó que acompanya al vídeo amb declaracions dels personatges i el so ambient que els acompanya.

Vídeo

Apareix de dues maneres:

- A través de la reproducció automàtica fent de portada principal i separàtoria de cada secció. Aquest es conforma a través de vídeos aeris en moviment — segurament gravats a través d'un dron - que permeten visualitzar els diferents edificis des de diferents perspectives.
- També apareix un vídeo amb una durada de 1,30 minuts amb testimonis que expliquen com era la situació quan la carretera era de les més transitades de l'espai amb imatges sobreposades al discurs que mostren a través de vídeo l'estat actual dels edificis pròxims a la carretera.

Fotografies

Les imatges també hi són presents. El reportatge compta amb dues galeries fotogràfiques actuals dels antics hotels de la zona fetes per Carmen Castellón. Aquestes, permeten veure a l'usuari en quin estat es troben els edificis, tant des de l'exterior com de l'interior, amb imatges detallades dels mobles i objectes que encara resten. Unes fotos que desprenen malenconia davant d'allò que un dia estava ple de vida i on ara només en queden restes, i que permeten visualitzar tot allò que expliquen els testimonis a través del text.

Infografia

Apareix un gràfic estàtic amb la despoblació que han patit els pobles del costat després de la inauguració de l'A-3: Honrubia, Valhermoso de la Fuente, Castillejo de Iniesta, Minglanilla, Alarcón, Montilla del Palancar, Valverde de Júcar i Villagordo del Cabriel. Més endavant, apareix un plànol interactiu amb el recorregut de les dues carreteres, l'antiga N-III i l'autovia A-3, on es mostren imatges dels punts, ja abandonats, amb el quilòmetre exacte on es troben.

Els gràfics donen suport al discurs textual i ajuden a visualitzar dades estadístiques del text i a situar exactament els punts on es troben els edificis mencionats de l'antiga N-III.

b. Estructura

L'estructura que segueix el reportatge és lineal. Només obrir el reportatge apareix un vídeo de reproducció automàtica dels edificis que es mostren al llarg de la peça amb el títol i una fletxeta que indica a l'usuari que ha de seguir avançant. El discurs textual és el fil conductor i a través del qual es coneix la història. Els altres elements ajuden a donar-hi suport i visualització. L'ús de destacats ajuda a estructurar el text amb allò més important de cada apartat. A més a més, un vídeo interactiu acompanyat d'un títol divideix cada secció, per tal que l'usuari identifiqui que s'està canviant de tema. Tot i així, el fet que no hi hagi un menú superior obliga a l'usuari a consumir tot el reportatge de manera lineal.

c. Grau d'interactivitat que se li dona a l'usuari

Aquest, és un reportatge amb un nivell d'interacció baix. L'estructura lineal del reportatge obliga a seguir un camí a l'usuari per consumir-lo, i no donar-li altres possibles opcions. L'usuari només té elecció en el plànol de recorregut interactiu de l'N-III on en passar pels diferents punts apareixen fotografies de les zones. A l'hora de compartir-lo a través de les xarxes socials, es pot fer a través de *Facebook*, *Twitter* i *LinkedIn*, icones que apareixen a la part esquerra i que acompanyen a l'usuari a mesura que va avançant en el reportatge. Aquestes, són les úniques maneres que té l'usuari d'interactuar amb la pàgina.

d. Usabilitat

El fet que s'utilitzi una estructura lineal obliga a l'usuari a consumir tot el reportatge però també millora la usabilitat, ja que aquest no pot perdre's per la pàgina. Els hipervíncles que s'usen són els justos i necessaris i estan ben senyalitzats de color vermellós, això evita que l'usuari hagi de navegar per diferents pestanyes.

Tot i que s'usen continguts interactius, el mapa està correctament indicat amb el següent missatge: "Mueve el cursor por los puntos interactivos para explorar el trazado en detalle". Això fa que si l'usuari no coneix aquest tipus d'elements se li faciliti la tasca.

A més a més, tot i que es basa en un reportatge a base de text, aquest està distribuït per la pantalla en dues columnes ben separades, fet que millora la llegibilitat.

e. Adaptació a la multiplataforma

El reportatge s'adapta estèticament a la multiplataforma, tant a través de la pantalla vertical com l'horitzontal¹⁷. El text, ja no es distribueix en dues columnes, sinó que ocupa la totalitat de la pàgina. En tractar-se de pantalles més petites, si el reportatge seguís el mateix format a través de dues columnes, l'usuari es veuria obligat a fer zoom per poder llegir el text. A més a més, les galeries fotogràfiques són visibles i es poden ampliar en fer clic. Els gràfics de despoblació també s'adapten a la multiplataforma i es col·loquen segons la disposició de la pantalla.

L'únic canvi que apareix en els mòbils i tauletes és que els vídeos de reproducció automàtica apareixen com una fotografia estàtica i el mapa interactiu de l'N-III no apareix. Tot i que aquest sí que apareix en pantalla de l'ordinador¹⁸, el mapa no és imprescindible per l'usuari per entendre el contingut del reportatge. Això pot ser degut a que tot i que el format estètic sí que ho fa, els elements interactius no s'adapten a la multiplataforma.

La majoria de reportatges analitzats en aquest treball no s'adaptaven a la forma horitzontal dels dispositius mòbils i tauletes, ja que apareixia tot el contingut ampliat i molts elements apareixien tallats. Aquest, en canvi, sí que s'adapta a la pantalla horitzontal.

¹⁷ Veure imatge 15 de l'annex.

¹⁸ Veure imatge 16 de l'annex.

5. Resultats

L'element textual hi és present en els 9 reportatges analitzats. És el que adopta més pes en les peces i el que aporta la gran part d'informació. La gran majoria de vegades s'utilitza per narrar la història que s'està explicant. Tot i així, en el reportatge "La nueva Alhóndiga" de *El Correo* inclou petites entrevistes als protagonistes. Un fet poc comú, ja que se sol optar per l'element visual per fer aquest tipus de peces. La distribució del text en la pantalla depèn del disseny de cada reportatge, però se sol optar per utilitzar columnes curtes per tal que el text no impregni la totalitat de la pantalla i millorar la llegibilitat.

Pel que fa a l'àudio, aquest no se sol incloure de manera individual en els reportatges multimèdia, sinó que acompanya els vídeos. Dels 9 reportatges analitzats només 3 l'inclouen: "La nueva Alhóndiga"; "Consulta, atur, espionatge" i "37 edificios para soñar". Aquest, s'utilitza per introduir declaracions de veu de personatges implicats en la història que s'explica. En "37 edificios para soñar" l'àudio té una funció totalment estètica, ja que només apareix a través d'una música de fons que acompanya a l'usuari en la seva experiència multimèdia.

El vídeo, sí que hi sol ser present. La majoria de vegades són creacions pròpies del mitjà, però a vegades s'utilitzen vídeos externs, com en el cas de "Formula 1" de l'ABC, on són extrets de la plataforma *YouTube*. Algunes vegades es tracten de vídeos de reproducció automàtica on l'usuari no cal que doni l'ordre perquè es reproduïxin, una tècnica molt atractiva visualment, però que a la pràctica pot arribar a no ser funcional, ja que al no contenir botons aquests no es poden retrocedir o aturar. Tot i que el vídeo és un element molt present, aquest, només acompanya el discurs textual i adopta una funció més estètica que no pas la d'aportar informació. El mateix passa amb les fotografies que ajuden a visualitzar el discurs textual. Aquestes, però, són imprescindibles, ja que donen a l'usuari una imatge real sobre allò que s'està explicant. Les imatges a vegades apareixen puntualment acompanyat el text, o d'altres vegades en forma de galeria, concretament en 5 dels 9 analitzats.

D'altra banda, les infografies també hi apareixen; només hi manquen en un reportatge: "Mi sexo sentido". És un dels elements que més s'utilitza per interactuar amb l'usuari, ja que la gran majoria de vegades apareixen a través de gràfics i mapes interactius, perfectament indicats.

El reportatge que conté més equilibri entre els elements és “Consulta, atur, espionatge” del diari *Ara*, on apareixen tant l’element textual, l’àudio, el vídeo, la fotografia i les infografies, i no n’hi ha una que predomini per sobre de les altres, ja que s’ha intentat que cadascun aporti informació al reportatge i que quedi integrat dins del disseny.

Pel que fa a l’estructura, se sol optar per distribuir el reportatge en pestanyes per tal que la navegació per la web sigui més fàcil. D’aquesta manera, només hi ha un reportatge, “Carretera fantasma”, que segueix una estructura lineal sense l’ajuda d’un menú orientatiu. D’altra banda, hi ha 4 reportatges que utilitzen una estructura a base de pestanyes, on a cadascuna hi apareix la informació corresponent a cada tema; hi ha 4 reportatges que opten per seguir una estructura lineal on el reportatge es concep en una sola pestanya, però que contenen un menú orientatiu superior que ajuda a l’usuari a moure’s a través d’aquest; i hi ha el reportatge “Mi sexo sentido” que està estructurat a base d’uns requadres inicials que fan la funció d’índex, però que també permet avançar per la peça a través d’unes fletxes laterals.

El grau d’interacció dels reportatges analitzats és baix i majoritàriament es fa a través d’infografies interactives del reportatge. A més a més, 8 dels 9 reportatges es poden compartir a través de les xarxes socials, sobretot a través de *Facebook* i *Twitter*; només “La nueva Alhóndiga” no permet fer-ne ús. Tot i així, només hi ha dos reportatges: “Mi sexo sentido” i “El bombardeo de Gernika”, que donen a l’usuari la possibilitat de comentar. Finalment, només hi ha 2 reportatges que contenen elements on l’usuari adopta un paper més actiu. Per una banda hi ha “Formula 1” que compta amb una enquesta i, d’altra banda, “37 edificios para soñar” on l’usuari pot participar en aquest a través d’un joc.

Navegar pel reportatge no sol ser una tasca complicada. Els reportatges analitzats estan organitzats de tal manera que se li facilita la navegació a l’usuari. Els gràfics interactius estan sempre ben marcats i els elements ben integrats. Tot i així, algunes icones poden passar desapercebudes. Un clar exemple n’és el reportatge “Consulta, atur, espionatge”, ja que les icones d’àudio poden quedar amagades i poden ser passar desapercebudes pel consumidor. Tot i així, l’estructura lineal i l’ajuda d’un menú superior, fan que la usabilitat sigui adequada.

Finalment, l’adaptació a la multiplataforma és un dels problemes més visibles en l’anàlisi. Aquests no se solen adaptar a les pantalles dels dispositius mòbils i tauletes. Tot i així, s’ha observat que com més nou és el reportatge més adaptat està. A més a més,

quan es consumeixen els reportatges a través d'altres dispositius, s'ha de fer a través de la pantalla vertical, ja que la disposició de l'horitzontal fa que aquest surti engrandit i dificulta la seva lectura. Tot i així, "Carretera fantasma" és l'única peça analitzada que s'adapta a ambdues disposicions.

6. Conclusions

Cada cop són més els mitjans digitals que aposten pels reportatges multimèdia gràcies a la innovació tecnològica. Cada vegada són més també els lectors que aposten per consumir informació a través de les pantalles, siguin d'ordinador, mòbils o tauletes. És per això que els mitjans s'han hagut de reinventar per seguir les necessitats dels usuaris. Així va néixer el reportatge multimèdia que combina els elements de text, àudio, vídeo, fotografies i infografies en la mateixa peça. Tot i així, són molts els reptes als quals s'enfronta aquest gènere a Espanya.

En el món digital, l'usuari busca informar-se de manera ràpida amb les mínimes paraules possibles. S'ha arribat a tal punt que si un text té més de 240 caràcters, l'usuari deixa de llegir-lo. Quan es volen consumir peces més llargues com reportatges i entrevistes, els usuaris solen tendir més per la informació en format paper. Tot i així, cada vegada hi tenen més presència en els mitjans digitals. Per fer-ho, però, aquestes peces han adquirit un format més adaptable al consumidor digital i s'ha optat per segmentar la informació i dividir-la en blocs separats per pestanyes que ajuden la navegació de l'usuari.

Ha ajudat molt, també, la integració d'altres elements no textuais com l'àudio, el vídeo, les fotografies i les infografies. Tot i així, el text segueix essent l'element que hi té més presència i amb el qual s'explica la història; i els altres elements adopten una postura més estètica que acompanyen el discurs. La majoria de vegades, aquests elements no aporten cap tipus d'informació addicional, sinó que expliquen, a través d'un altre format, el mateix que s'ha narrat a la història. Així doncs, cal que els reportatges segueixin treballant perquè tots els elements treballin conjuntament per entendre el reportatge com un tot. Cal que se'ls hi doni valor informatiu i que un no es pugui entendre sense l'altre. La complexitat dels reportatges multimèdia requereix més d'un professional que treballi en la peça, des de periodistes a dissenyadors i programadors informàtics. En integrar tants elements, cal una especialització de cadascun i això obliga als professionals a treballar conjuntament per cohesionar els continguts. És imprescindible que cada part específica del reportatge sigui treballada i dissenyada per una professional del sector, per tal que el resultat sigui el millor possible. Tot i així, a vegades, això comporta certes dificultats, ja que s'ha de treballar colze a colze per tal que en el resultat final tots els elements quedin integrants i no es pugui diferenciar que ha estat realitzat per diferents professionals.

Els reportatges multimèdia aprofundeixen en la història. Un dels aspectes positius que té la xarxa són els hipervíncles, que permeten a l'usuari aprofundir en els temes que a ell l'interessin. Aquesta tècnica permet que el reportatge narri la història i, en cas que el consumidor, vulgui saber més sobre un dels aspectes tractats, aquest pugui aprofundir-hi a través d'enllaços a altres notícies. A més a més, la xarxa permet ampliar o modificar el contingut sempre que sigui necessari. En els mitjans en paper, una vegada està imprès, aquell reportatge publicat no pot ser objecte de canvi. El fet de no tenir límit de caràcters o d'espai, permet, d'altra banda, afrontar qualsevol temàtica amb la màxima profundització, sense que el o la periodista se senti limitat.

L'usuari encara té un paper secundari. És primordial que si es treballa pel lector, aquest pugui sentir-se protagonista en la peça. Tot i que la majoria de reportatges es poden compartir a través de les xarxes socials, no és suficient perquè l'usuari se senti part del reportatge. Cal que les peces digitals incloguin enquestes i fòrums de debat on el consumidor pugui donar la seva opinió sobre els aspectes tractats en aquestes.

D'altra banda, i sorprenentment, les infografies interactives estan molt ben adaptades. Una de les parts primordial de cada reportatge són les dades, i aquestes tenen una gran presència en els reportatges a través de gràfics interactius que permeten a l'usuari descobrir, a la mateixa vegada que interactua, els números que suporten la història explicada. Veure representat a través d'un gràfic o un plànol allò que s'està explicant ajuda a entendre les dades. Moltes vegades els números es passen per alt dins d'un text. En canvi, en dedicar-hi infografies específiques, fa que l'usuari hi prengui més atenció.

Vivim en un món digitalitzat, on les generacions que neixen aprenen abans a fer anar el mòbil que a caminar o a parlar. Seguim innovant i el que avui és actualitat demà serà el passat, i els mitjans de comunicació han de seguir el ritme que marca aquesta digitalització si no volen quedar obsolet. Amb els reportatges analitzats per aquest treball s'ha pogut comprovar. Les primeres peces no estan adaptades a la multiplataforma. El 2010 eren pocs els que podien comptar amb un mòbil o una tauleta intel·ligent que tingués accés a internet. D'aquesta manera són pocs els reportatges que llavors estaven adaptats a la multiplataforma. A mesura que avancem en els anys, en els reportatges veiem, sempre amb accepcions, com es van adaptant a les diferents pantalles de dispositius. Avui, la gran majoria de continguts interactius que es consumeixen es fan a través de les pantalles dels mòbils. Així doncs, és molt important que aquests estiguin adaptats als diferents suports. Un aspecte poc treballat encara pels mitjans de comunicació, sobretot en la reproducció automàtica i els vídeos interactius, que no funcionen en dispo-

sitius mòbils o tauletes. Un altre dels elements que encara no s'ha adaptat és la transmedialitat, és a dir, que la història narrativa del reportatge s'expandeixi a altres plataformes i formats. Se n'ha parlat i se n'està parlant molt. Tot i això, cap dels reportatges analitzats en el present treball compta amb una narrativa transmèdia. Fet que dóna molt a pensar en quin punt de multimedialitat ens trobem i cap a on s'hauria de navegar perquè el transmetia tingui cabuda en els mitjans de comunicació actual. És complicat incloure aquesta narrativa si encara queden tants elements a millorar, però caldria començar a fer una perspectiva de futur cap a un nou llenguatge narratiu.

Tot i això, encara queda molt per aconseguir. Cal que els mitjans digitals dediquin més seccions al multimèdia. Tot i que hi ha diaris que tenen un apartat d'especials on hi inclouen aquest gènere, encara són pocs els que li dediquen un espai específic. Les possibilitats que ofereix aquest gènere són moltes i cal explotar-les bé, cosa que fins ara no s'està fent. La innovació requereix seguir innovant minut a minut, anar un pas endavant d'allò que està per venir. Els mitjans de comunicació han d'oferir la millor experiència a l'usuari i fer que aquest exploti al màxim les possibilitats multimèdia. Queda molt per venir i queda molt per aprendre.

7. Bibliografía

- Albornoz, Luis Alfonso (2002): *Periodismo digital: los grandes diarios en la red*. Buenos Aires: La Crujía.
- Bálazs, Béla (1978): *El film. Evolución y esencia de un arte nuevo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Benito, Ángel (1973): *Teoría General de la Información I. Introducción*. Madrid: Biblioteca Universitaria Guadiana.
- Bustamante, Enrique (2013): *Historia de la radio y la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique; Guiu, Inmaculada (1988): *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal.
- Cantavella, Juan (1998): *La investigación profunda en el origen del reportaje*. *Estudios de Periodística*, núm VI.
- Casado, Rafael (2011): *El aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para la creación de redes de aprendizaje colaborativo: La experiencia de Telefónica de España*.
- Casasús, Josep Maria; Núñez, Luis (1992): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Cebrián Herreros, Mariano (1992): *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- Cerezo, Pepe (2003): *Los modelos de negocio online*. Madrid: Evoca Comunicación e Imagen.
- Chillón, Lluís Albert (1994): *La literatura de fets*. Barcelona: Liberaf.
- Costa, Carmen: *Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila roja (RTVE)*. A ICONO 14, 2012, Vol.10, No.2. Recuperat el 14/04/2018. Disponible en línea: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/156/363>
- Davidson, D. et al. (2010). *Crossmedia communications: and introduction to the art of creating integrated media experiences*. ETC Press.
- Díaz, Rafael: *Modalidades de reportajes multimedia y pautas para su elaboración*. Document docent. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Consultat el 12/04/2018. Disponible en línea: <http://eprints.ucm.es/24025/1/ReportajeMultimedia.Modelos.Pautas.pdf>
- Echevarría, Begoña (1988): *Las W's del reportaje*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Fiddler, Roger (1998): *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Ediciones Granica.

- Freixa, Pere (2015): *Reportajes especiales en los cybermedios. Análisis de diez años de Premios Goya y Oscar Awards en elPais.com (2005-2014)*. A *El profesional de la información*, v. 24, n.3. Recuperat el 15/03/2018. Disponible en línea: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/viewFile/epi.2015.may.09/19976>
- Galán, José Ignacio (2014): *La transmedialitat, una nova gramàtica per al subjecte complex*. A *Portal Comunicació*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperat el 14/04/2018. Disponible en línea: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=71&lng=cat
- Gomis, Llorenç (1989): *Gèneres literaris i gèneres periodístics*. *Periodística*, núm. 1. Barcelona.
- Gubern, Roman (2016): *Historia del cine*. Barcelona: Anagrama.
- Jenkins, Henry (2008): *Cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós.
- López de Zuazo, Antonio (1977): *Diccionario del periodismo*. Madrid: Pirámide.
- MacDowall, Ian (1992): *Reuters Handbook for Journalisn*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Martín, Gonzalo (1993): *Géneros Periodísticos*. Madrid.
- Martínez Albertos, José Luis (1974): *Periodismo. Géneros*. En obra col·lectiva amb Gran Enciclopedia Rial, Madrid.
- Marrero, Liliam (2008): *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*, de *Revista Latina de Comunicación*. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperat el 30/03/2018. Disponible en línea: https://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/latina_art773.pdf
- Martínez de Sousa, José (1991): *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid: Paraninfo.
- Merayo, Arturo (1992): *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónica*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia Salamanca.
- Moran Torres, Esteban (1988): *Géneros del periodismo de opinión: crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona: Enusa.
- Moreno, Pastora (2000): *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperat el 16/04/2018. Disponible en línea: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/5/35moreno.htm>
- Muñoz, Gil (1986): *La radio. Teoría y práctica*. Madrid: IORTV.
- Parratt, Sonia (2003): *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Santiago de Compostela: Universidad de Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Peñaranda, Raúl (2000): *Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?* *Sala de Prensa*. Recuperat el 23/03/2018. Disponible en línea: <http://www.salade-prensa.org/art180.htm>

Prado, Emilio (1981): *Estructura de la información radiofónica*. Barcelona: Mitre.

Rost, Alejandro (2006): *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona: Bellaterra. Recuperat el 2/03/2018. Disponible en línia: <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salaverría, Ramón (2005): *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa.

Wolfe, Tom (1976): *El nuevo periodismo*. Barcelona: Anagrama.

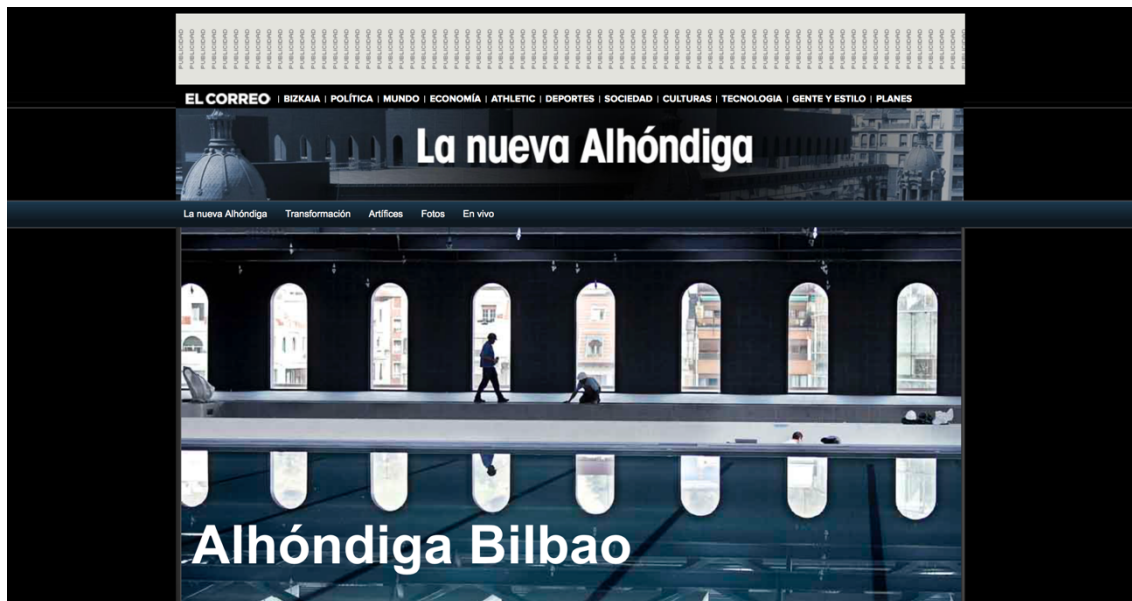
Altres fonts

El País (ed.) (1996): *Libro de estilo de El País*. Madrid: Editorial El País.

Las tijeras de Franco (6 de març del 2018). La Vanguardia. Consultat el 30/04/2018. Disponible en línia: http://www.lavanguardia.com/historiayvida/la-censura-en-el-cine-durante-el-franquismo_12124_102.html

8. Annex

Imatge 1



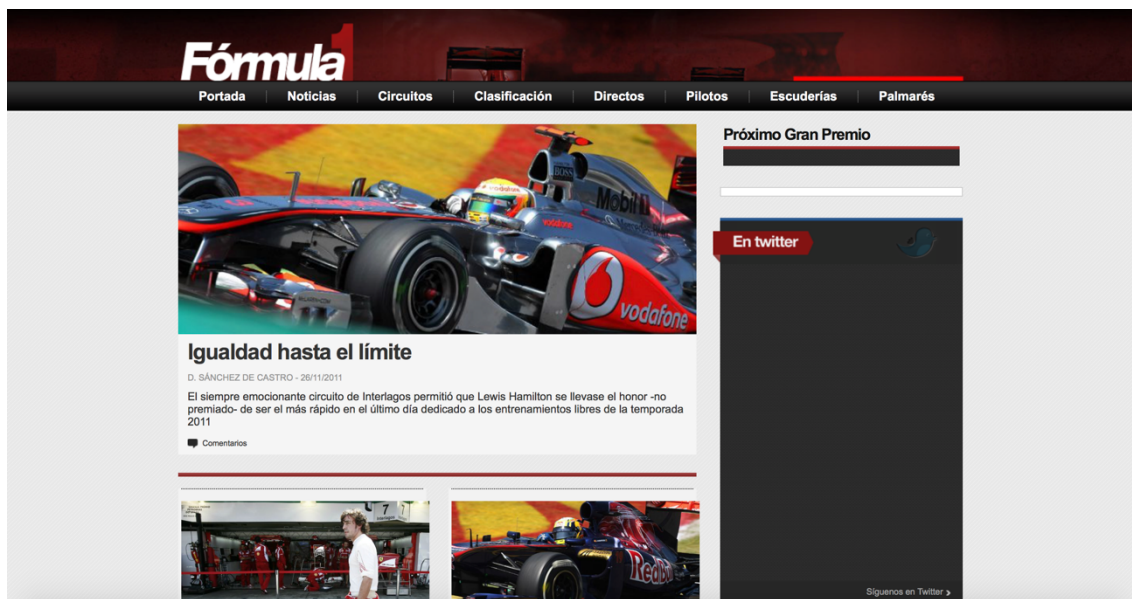
Pantalla principal del reportatge “La nueva Alhóndiga” des de la pantalla d’un ordiandor.

Imatge 2



Pantalla principal del reportatge “La nueva Alhóndiga” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 3



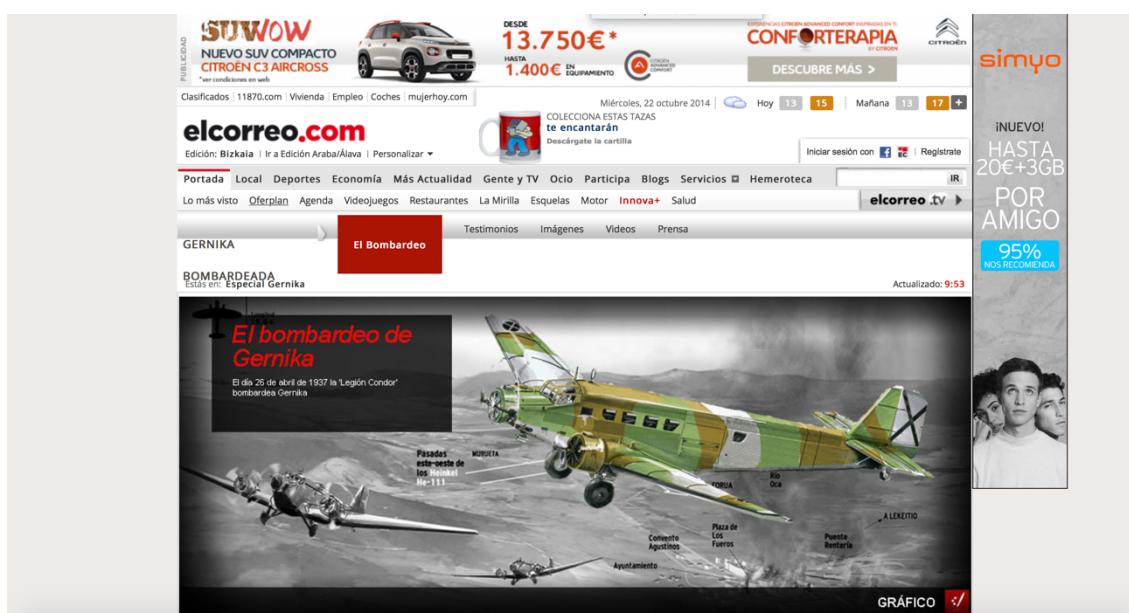
Pantalla principal del reportatge “Formula 1” des de la pantalla d’un ordinador.

Imatge 4



Pantalla principal del reportatge “Formula 1” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 5



Pantalla principal del reportatge “El bombardeo de Gernika” des de la pantalla d’un ordinador.

Imatge 6



Pantalla principal del reportatge “El bombardeo de Gernika” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 7



Pantalla principal del reportatge “Consulta, atur, espionatge” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 8



Pantalla principal del reportatge “Consulta, atur, espionatge” des de la pantalla d’un ordiador.

Imatge 9



Pantalla principal del reportatge “25 años sin muro” des de la pantalla d’un ordinador.

Imatge 10



Pantalla principal del reportatge “25 años sin muro” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 11



Pantalla principal del reportatge “No saben que estoy viva” des de la pantalla d'un ordinador.

Imatge 12



Pantalla principal del reportatge “No saben que estoy viva” des de la pantalla d'un mòbil.

Imatge 13



Pantalla principal del reportatge “37 edificios para soñar” des de la pantalla d’un ordinador.

Imatge 14



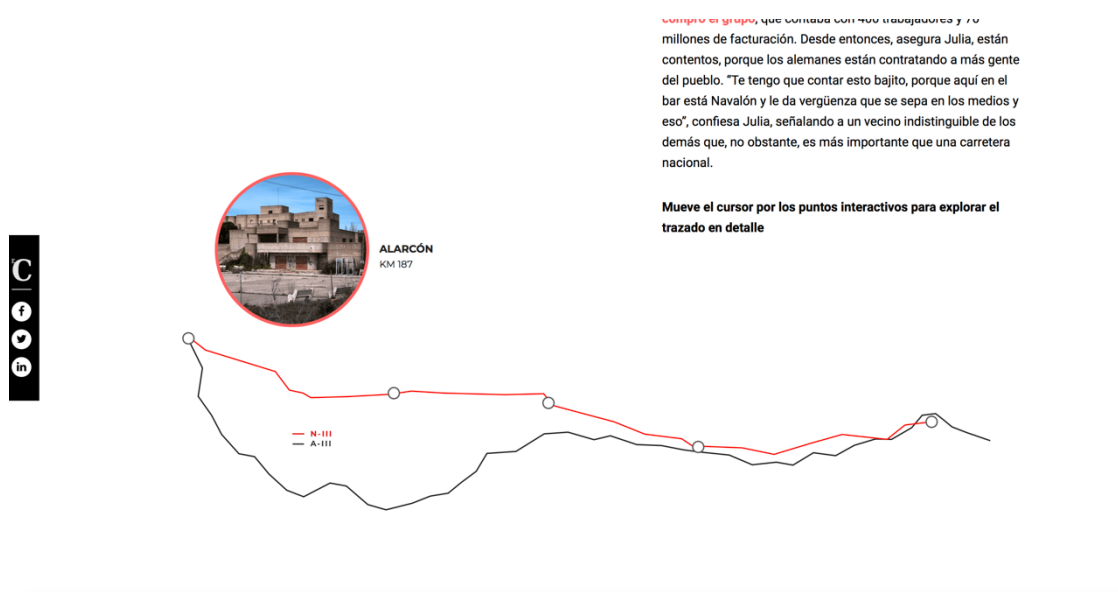
Pantalla principal del reportatge “37 edificios para soñar” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 15



Pantalla principal del reportatge “Carretera fantasma” des de la pantalla d’un mòbil.

Imatge 16



Mapa interactiu de “Carretera fantasma” des de la pantalla d’un ordinador.